

ANALISIS POTENSI AGROWISATADI KABUPATEN KARO

SKRIPSI

Disusun Oleh :

APPRILA NATASYA BR SURBAKTI
NIM.0501163190



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

ANALISIS POTENSI AGROWISATADI KABUPATEN KARO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi syarat Akademik

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:

APPRILA NATASYA BR SURBAKTI

NIM.0501163190



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERISUMATERA UTARA

MEDAN

2021

ABSTRAK

Apprila Natasya Br Surbakti, NIM.0501163190, **Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo**. Penelitian ini dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Ibu Dr. Isnaini Harahap, MA dan Pembimbing Skripsi oleh II Ibu Annio Indah Lestari, M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo, mengetahui bagaimana strategi dalam pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif penulis juga menggunakan Analisis SWOT. Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo sangat baik untuk dikembangkan di masa yang akan mendatang. Pariwisata yang berkunjung ke Kabupaten Karo dari tahun ke tahun terus meningkat karena Kabupaten Karo merupakan salah satu Kabupaten di daerah Sumatera Utara yang terkenal dengan jenis tanaman dan pariwisatanya. Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata di Kabupaten Karo terdapat tiga kekuatan diantaranya lokasi strategis, memiliki panorama yang indah, masyarakat memberikan respon yang baik terhadap Agrowisata di Kabupaten Karo dan kelemahannya adalah kurangnya teknologi yang masih di gunakan dalam Agrowisata di Kabupaten Karo sendiri masih sederhana atau tradisional, keterbatasan fasilitas dan sarana di dalam kebun Agrowisata di Kabupaten Karo, serta promosi yang belum agresif dan gencar. Berdasarkan hasil lingkungan eksternal Agrowisata di Kabupaten Karo diperoleh peluang yaitu teknologi yang semakin berkembang, jumlah pengunjung di masa liburan yang bertambah, gaya hidup masyarakat (*back tonature*). Ancaman yang terdapat pada Agrowisata di Kabupaten Karo adalah adanya objek wisata lain di sekitar, pandemi covid-19, serta cuaca yang ekstrim dan tidak menentu. Hasil analisis SWOT Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo bahwa hasil dari tabel Matriks IFAS dan EFAS, diketahui IFASnya adalah 3,624442 dan EFASnya adalah 3,212792 dengan demikian Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo berada pada sel I yaitu keadaan dimana Agrowisata di Kabupaten Karo berada pada posisi *Growth* yaitu Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal yang berarti strategi dengan cara *Backward integration* (Mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *Forward Integration* (mengambil alih fungsi distridutor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan atau usaha yang memiliki posisi komperatif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi. agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, Agrowisata di Kabupaten Karo harus melakukan upaya terus mengembangkan usahannya.

Kata Kunci: Potensi, Agrowisata, Analisis SWOT

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Apprila Natasya Br Surbakti
NIM : 0501163190
Tempat/Tgl Lahir : Ujung Teran, 25 April 1998
Alamat : Jl Sukarela Timur Gg Amal

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 24 Februari 2021

Yang membuat pernyataan



Apprila Natasya Br Surbakti

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

ANALISIS POTENSI AGROWISATA DI KABUPATEN KARO

Oleh:

APPRILA NATASYA BR SURBAKTI

NIM. 050116190

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam


Medan, 22 Februari 2021

Pembimbing I



Dr. Isnaini Harahap, MA
NIDN. 2020077503

Pembimbing II



Annio Indah Lestari, M.Si
NIDN. 2009037401

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ANALISIS POTENSI AGROWISATA DI KABUPATEN KARO” an. Apprila Natasya Br Surbakti, NIM 0501163190, Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan pada tanggal 18 Maret 2021. Skripsi ini telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 04 Agustus 2021

Panitia Sidang Munaqasyah
Program Studi Ekonomi Islam
Sekretaris,

Ketua,



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701



RahmatDaimHarahap, M.Ak
NIDN. 0126099001

Anggota Penguji



Dr. Isnaini Harahap, MA
NIDN. 2020077503



Annio Indah Lestari, M.Si
NIDN.2009037401



Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602



Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si
NIDN. 2028129001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
BisnisIslam

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis nikmat, berkah, rahmat, dan karunian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ **Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo**” ini yang ditunjukkan untuk memenuhi syarat penyelesaian studi Pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Tak lupa pula shalawat beriring salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang telah mengantarkan kita pada pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung di dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pihak – pihak berkepentingan dengan skripsi ini baik dengan dosen pembimbing maupun dari pihak yang berpengalaman. Penulis berharap apa yang dibuat dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya dan dapat menambah pengetahuan serta informasi bagi yang membutuhkannya dan dapat menambah pengetahuan serta informasi bagi pembacanya. Penulis mengucapkan banyak terima kasih teristimewa sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yaitu ayah saya yang bernama Mahmudin Surbakti dan ibu saya bernama Rosana Br Bangun yang telah memberi dukungan dan semangat kepada saya baik melalui do'a maupun materi hingga saat ini yang tak terhitung jumlahnya.

Terselesaikannya Skripsi ini tidak luput dari bantuan pihak yang membantu penulis dalam melaksanakan berbagai hal, sehingga ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Syahrin Harahap, MA. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag.Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Dr.Marliyah, M.Ag. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Dr. Fauzi Arif Lubis, MA. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Mustafa Khamal Rokan, M.H. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Imsar, M.Si SelakuKetua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Rahmat Daim Harahap, M.Ak selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Dr. Isnaini Harahap, M.A.Selaku Pembimbing Skripsi I dan Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi masukan, arahan serta nasehat selama penulis bimbingan.
9. Annio Indah Lestari, M.Si Selaku Pembimbing Skripsi II yang telah banyak memberi masukan, arahan serta nasehat selama penulis bimbingan.
10. Terima Kasih Kepada adik saya Khairunnisa Br Surbakti dan Nasrun Maulana Surbakti.
11. Terima kasih kepada sahabat-sahabat yang turut membantu dan memberikan semangat kepada penulis Dita Zakia Rahmah Siahaan, Doni Wijaya, Sinta Pratiwi, Nur Azizah Nasution,dan Handayana.
12. Serta kepada seluruh pihak yang telah mendukung serta membantu saya selama proses pengerjaan skripsi ini, yang tidak bisa satu persatu saya sebutkan namanya.

Tiada kata yang pantas, tiada kata yang paling indah selain ucapan terima kasih, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan pula atas segala bantuan

yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis harapkan kritik dan saran yang membangun yang diberikan pembaca untuk dapat menambah pemahaman dan wawasan penulis. Akhirnya kepada Allah SWT penulis mohon ampun dan hidayahnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua, aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, 24 Februari 2021

Penulis

APPRILA NATASYA BR SURBAKTI
NIM.0501163190

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. RumusanMasalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Agrowisata Dan Manfaat Agrowisata	11
B. Ruang Lingkup Dan Potensi Agrowisata	16
C. Bentuk Dan Jenis Agrowisata	18
D. Kriteria Kawasan Pengembangan Agrowisata	20
E. Model Pengembangan Agrowisata.....	23
F. Agrowisata Dalam Islam	24
G. Kerangka Pemikiran	29
H. Penelitian Terdahulu	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Subjek Dan Objek Penelitian	35
D. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis dan Data	36
F. Teknik Pengolahan Data.....	37
G. Teknik Pengolahan Data	45
H. Analisis SWOT	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	50
B. Temuan Penelitian	58
C. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA.....94

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1.1 Daftar Kunjungan ke Kabupaten Karo periode Tahun 2017- 2019.....	4
1.2 Daftar Tanaman Agrowisata di Kabupaten Karo.....	5
2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
3.1 Diagram SWOT.....	42
4.1 Luas daerah menurut kecamatan tahun 2019.....	51
4.2 Jumlah desa dan Kelurahan masing kecamatan Kabupaten Karo tahun 2019.....	52
4.3 Jumlah dan persentase penduduk menurut kelompok umur Kabupaten Karo.....	52
4.4 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok umur Kabupaten Karo.....	56
4.5 Faktor Lingkungan Internal Kekuatan.....	65
4.6 Faktor Lingkungan Internal Kelemahan.....	67
4.7 Faktor Lingkungan Eksternal Peluang.....	70
4.8 Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman.....	70

4.9	Kuesioner Pembobotan Faktor Internal	
	Agrowisata Kabupaten Karo.....	73
4.10	Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal Agrowisata	
	Kabupaten Karo.....	74
4.11	Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktore Internal dan Eksternal.....	75
4.12	Hasil Kuesioner Penilaian Faktor Internal Strength.....	75
4.13	Hasil Kuesioner Penilaian Faktor Internal Weakness.....	76
4.14	Hasil Kuesioner Penilaian Faktor Eksternal Opportunity.....	76
4.15	Hasil kuesioner Penilaian Faktor Eksternal Threat.....	76
4.16	Penentuan Bobot Dengan Perbandingan Berpasangan	
	Faktor Internal.....	77
4.17	Normalisasi Bobot Faktor Internal Agrowisata.....	77
4.18	Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan	
	Faktor Eksternal.....	78
4.19	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal Agrowisata.....	78
4.20	Matriks IFAS Agrowisata Kabupaten Karo.....	79
4.21	Matriks EFAS Agrowisata Kabupaten Karo.....	80
4.22	Matriks SWOT.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
3.1 Matriks SWOT.....	42
3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT.....	44
4.1 Tahap Pencocokan Data Internal (IE).....	80
4.2 Diagram Cartesius.....	82

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata dengan memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah serta keanekaragaman hayati. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, ketika sumber daya alam tersebut di kelolah dengan baik. Tidak dapat di pungkiri bahwa sumber daya alam di Indonesia sangat berperan penting dalam meningkatkan ekonomi dan pembangunan di indonesia contohnya seperti sayur-sayuran, buah- buahan dan rempah- rempahan.

Potensi itu tidak hanya meliputi unsur keindahan alam (*natural beauty*), keaslian (*originality*), kelangkaan (*scarcity*), dan keutuhan (*wholesomeness*), tetapi juga diperkaya dengan kekayaan budaya, flora dan fauna, ekosistem, dan gejala alam yang semuanya dan merupakan daya tarik yang dapat dikombinasikan menjadi objek pariwisata yang sangat menarik bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.¹

Kepariwisataan adalah merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman. Perjalanan wisata adalah perjalanan keliling yang memakan waktu lebih dari tiga hari, yang dilakukan sendiri maupun diatur oleh Biro Perjalanan Umum dengan acara meninjau beberapa kota atau tempat baik di dalam maupun luar negeri.

Industri pariwisata salah satu investasi bisnis yang bisa mendatangkan keuntungan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Hal ini karena dengan adanya

¹AD Lutfiyanti Skripsi: “*Potensi Pariwisata Pantai Sine Dalam Mengembangkan Sektor Usaha Masyarakat* “ (Tulung Agung: IAIN Tulung Agung, 2019) h. 27

pariwisata, akan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan bisa memberikan motivasi bagi setiap individu untuk berkereasi dan berinovasi.²

Industri pariwisata berkembang dengan pesat, dan perkembangan ini didukung oleh berbagai faktor, seperti akses yang semakin terbuka ke berbagai negara dan kawasan di dunia, taraf kehidupan perekonomian masyarakat dunia yang semakin tinggi, dan tersedianya faktor-faktor pendukung kepariwisataan itu sendiri. Di samping itu, perkembangan pariwisata juga ditentukan oleh sikap budaya masyarakat daerah tujuan wisata itu sendiri.

Upaya pengembangan industri pariwisata nasional dituangkan pula melalui kebijakan-kebijakan, Undang-Undang No. 10/ 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia, baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa, dan faktor penunjang lainnya yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.³

Agrowisata merupakan bagian dari objek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber

² Rahmi Syahriza, Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata *Sara* dan Devisanya dalam Al- Quran), Human Falah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2014: 1(2) : 135-145. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/viewFile/175/122> (diakses, 07 Januari 2021)

³Nur Cahaya Bangun, Tesis: "*Strategi pengembangan Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Di Desa Barusjahe Kabupaten Karo*"(Medan :Universitas Sumatera Utara,2003) h 3 &4

daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi dengan kondisi lingkungan sebagai kawasan wisata.⁴

Sektor pertanian mempunyai peran yang penting dalam membangun perekonomian di Indonesia. Karena dalam sektor ini peranannya berkaitan dengan penyediaan lapangan kerja, penyediaan pangan, penyumbang devisa melalui ekspor dan sebagainya. Dengan kuatnya sektor pertanian dipandang dari sisi penawaran maupun pemerintah maka pertanian mampu akan mampu mendukung dan membuat jalinan dengan sektor kegiatan ekonomi lain.⁵

Para ekonom mulai menyadari bahwa sektor pertanian ternyata tidak hanya bersifat positif dan penunjang dalam proses pembangunan ekonomi secara keseluruhan, ketika sektor pertanian memberikan kontribusi seperti peningkatan lapangan pekerjaan sehingga menurunkan tingkat angka pengangguran, menekan tingginya tingkat urbanisasi di negara dan menyeimbangkan dalam pertumbuhan sektor industri.⁶

Pengembangan agrowisata di Indonesia terbilang cukup banyak hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak objek pariwisata dari berbagai daerah yang mengandalkan objek maupun produk pertanian sebagai atraksi wisatanya. Beberapa contoh konsep agrowisata di Indonesia yang sudah berkembang diantaranya wisata petik apel Malang, kusuma agrowisata Batu, agrowisata Merapi, farmasi herbal, kebun strawberry Lembang, kebun naga Bululawang, taman anggrek Indonesia Permai dan taman turi Sleman.⁷

Daerah kabupaten Karo sebagai daerah tujuan wisata sebenarnya telah dimulai pada sekitar tahun 1904, ketika Pemerintah Belanda menguasai Tanah Karo sebagai

⁴Hadi Susilo Arifin, dkk, *Potensi Agrowisata di Perdesaan*, (Bogor: Biro Perencanaan Pertanian, 2009), h.5.

⁵Imsar, Analisis Produksi Dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah (Studi Kasus: Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata), Medan, 2018 <http://repository.uinsu.ac.id/5091/> (Diakses 22 Januari 2021)

⁶Isnaini Harahap, *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*, (Medan: Perdana Publishing, 2018) h. 226.

⁷Visca Isma Wardhani, Skripsi: " *Bauran Promosi Pada Agrowisata Kampung Coklat Di Kabupaten Blitar* " (Malang :Universitas Muhammadiyah Malang, 2019) h.17.

salah satu daerah jajahannya. Kesuburan tanah di daerah ini menimbulkan keinginan Pemerintah Belanda untuk membuka cabang perkebunan teh, tepatnya di daerah Simalungun, perbatasan Kabupataten Dairi-Kabupaten Karo. Untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, maka Pemerintah Belanda mulai membangun sarana dan prasarana yang memudahkan mereka untuk meninjau dan mengawasi perkebunan tersebut.

Orang-orang Belanda juga memerlukan suatu kawasan untuk tempat beristirahat dan berekreasi, mereka juga mulai membangun villa-villa sebagai tempat peristirahatan. Lebih jauh mereka juga membangun Sekolah, rumah sakit, dan sebuah kantor cabang di daerah ini. Adapun kawasan yang dipilih sebagai tempat rekreasi adalah Kota Berastagi. Kawasan ini memang memiliki pemandangan alam pegunungan yang indah, udara yang sejuk, dan areal pertanian yang cukup luas serta berbukit-bukit.

Masyarakat di Tanah Karo adalah petani. Namun pada waktu itu, masyarakat bertani hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari. Jadi sistem dan teknologi pertanian yang mereka gunakan pun masih sangat sederhana dan tradisional. Kemudian tuan-tuan Belanda mulai memperkenalkan sistem irigrasi dan teknologi pertanian yang lebih maju sehingga masyarakat mulai becocok tanam tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka, tetapi mulai diperdagangkan. Orang-orang Belanda ini juga memperkenalkan jenis-jenis tanaman yang beragam, yang sebenarnya memenuhi kebutuhan mereka juga.

Masyarakat Karo petani yang ulet dan suka bekerja keras. Bantuan orang-orang Belanda yang memperkenalkan sistem dan teknologi pertanian yang lebih maju jenis tanaman yang beragam dengan cepat dipelajari dan diperaktekkan. Dengan dukungan alam dan tanah yang subur, hasil pertanian menjadi lebih baik, dan hingga kini pun hasil pertanian, seperti buah-buahan, sayur-mayur, dan bunga-bunga merupakan *trade mark* dari daerah ini.

Kabupaten Karo merupakan salah satu Kabupaten di daerah Sumatra Utara yang terkenal dengan jenis tanaman dan pariwisatanya. Wilayah geografis yang

terletak di daerah pegunungan/daratan tinggi menjadikan kabupaten Karo berpotensi untuk di jadikan sebagai salah satu daerah tujuan wisata. Terlebih lagi didukung dengan alamnya yang sejuk sehingga membuat banyak orang tertarik untuk mengunjungi daerah wisata di Kabupaten Karo. Potensi pariwisata di Kabupaten Karo antara lain memiliki tujuan seperti obyek wisata alam, obyek wisata budaya, peninggalan sejarah, agrowisata, dan taman bermain. Hal ini membuat banyak orang yang datang untuk berkunjung ke Kabupaten Karo, besarnya potensi ini telah mengundang berbagai wisatawan dari berbagai kawasan dunia. Adapun jumlah data kunjungan wisatawan yang berkunjung ke kabupaten karo dapat dilihat pada tabel 1.1 antar tahun 2011-2019;

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Karo
Periode Tahun 2011-2019

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Karo
1	2010	530.267
2	2011	535.269
3	2012	570.788
4	2013	498.156
5	2014	429.607
6	2015	482.513
7	2016	566.831
8	2017	837.476

9	2018	795.478
10	2019	907.500

Sumber: Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Karo 2019

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa antara tahun 2015 sampai 2017 mengalami peningkatan kunjungan wisatawan. Akan tetapi pada tahun 2017 ke 2018 mengalami penurunan sebesar 41.998 wisatawan. dari tahun 2018 ke 2019 meningkat sebesar 112.022 pengunjung. Data diatas menunjukkan bahwa Kabupaten Karo merupakan salah satu daerah tujuan wisata utama di Sumatera Utara yang memiliki potensi tidak kalah baik dengan daerah tujuan lainnya di Indonesia.

Kabupaten karo terkenal sebagai daerah penghasil produk pertanian seperti buah-buahan dan sayur-sayuran yang terbilang cukup banyak baik kapasitas maupun jenis buah dan sayuran. Data luas tanam buah-buahan dan sayur- sayuran di Kabupaten Karo dilihat dari tabel. 2 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Daftar Tanaman Agrowisata Di Kabupaten Karo,2019.

No	Jenis Tanaman	Tanaman
1.	Panila (Vanila)	Desa Batu Karang Desa Rimo Kayu
2.	Cengkeh (clove)	Desa Tigapanah
3.	Kayu Manis	Desa Tigapanah
4.	Jeruk (Orange)	Desa Bukit Desa Surbakti Desa Basam Desa Tanjung Barus Desa Rimo Kayu
5.	Tembakau (Tobbaco)	Desa Tigapanah

6.	Markisah (Marquise)	Desa Bunuraya Desa Dolat Rakyat
7.	Kelapa (Coconut)	Desa Lau Baleng Desa Mardingding Desa Dolat Rakyat
8.	Kemiri	Desa Lau Baleng Desa Mardingding
9.	Nanas (Pineapple)	Desa Garingging Desa Mardingding
10.	Bunga (Flower)	Desa Tongkeh Desa Mardingding Desa Seberaya Desa Dolat Rakyat
11.	Asparagus	Desa Tongkeh Kecamatan Tigapanah
12.	Nira (Gula Aren)/Palm	Kecamatan Tigabinanga Kecamatan Juhar Desa Dolat Rayat
13.	Kebun Kol (Cabbage)	Kecamatan Berastagi Kecamatan Simpang Empat Kecamatan Tigapanah
14.	Pembibitan Hortikultura (Horticulture Seedig)	Desa Kutagadung
15.	Padi (Sawah)(Paddy)	Desa Munte Sekitarnya
16.	Jagung (Maize)	Kecamatan Tigabinanga Desa Mardingding

(Sumber:Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kabupten Karo memiliki potensi pertanian yang sangat besar. Keanekaragaman jenis hasil pertanian dan buah-buahan dapat mendukung pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo guna menunjang keadaan perekonomian masyarakat. Pengembangan konsep agrowisata yang telah diterapkan di beberapa daerah kabupaten Karo dapat dijadikan alternatif jenis wisata sehingga dapat menambah destinasi guna menarik wisatawan berkunjung.

Desa Tongkah adalah salah satu desa yang menjadi lokasi agrowisata di Kabupaten Karo. Keanekaragaman jenis hasil pertanian dan buah-buahan dapat mendukung pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo guna menunjang keadaan perekonomian masyarakat. Namun kehidupan petani di Desa Tongkah belum adanya perhatian serius dari pemerintah daerah untuk mengelolah sumber daya alam ini. padahal jika dilihat dengan sudut pandang ekonomi, memiliki sumber daya alam yang berlimpah, terkenal dan sering dikunjungi. dari segi pendapatan, petani di Desa Tongkah banyak tantangan yang di hadapi, mulai dari harga jual panen yang rendah, tingginya harga pupuk dan obat-obat tumbuhan, dari sisi lain banyaknya pupuk dan obat- obatan palsu yang beredar. Selain itu berkurangnya jumlah pengunjung yang datang ke tempat agrowisata dikarenakan kurangnya inovasi para petani dalam mengelolah agrowisata tersebut. sehingga para petani harus menjual hasil panen ke pengepul dengan harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan di jual ke wisatawan yang berkunjung, dan kurangnya pengetahuan dari pemilik argowisata yang memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan wisata tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti bagaimana potensi agrowisata di Kabupaten Karo. Maka penulis menyusun penelitian ini dengan judul **“Analisis Potensi Agrowisata Di Kabupaten Karo”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Sumber daya manusia yang belum potensial dalam mengembangkan objek wisata.
2. Kurangnya daya tarik wisata.
3. Harga jual panen yang rendah.
4. Kurangnya memanfaatkan teknologi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di atas, maka peneliti mencoba menarik suatu penelitian yang ingin dilakukan. Adapun rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo?
2. Bagaimana strategi dalam pengembangan agrowisata di Kabupaten karo?

D. Tujuan Penelitian

Setelah menemukan rumusan masalah yang akan diteliti dalam sebuah penelitian, selanjutnya adalah menetapkan tujuan peneliti. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo.
2. Untuk mengetahui strategi dalam pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo.

E. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian Ini Diharapkan Berguna Bagi Berbagai Pihak Di Antaranya:

1. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan penulis mampu memperluas wawasan dan pengalaman tentang pemanfaat potensi sumber daya pertanian sebagai wisata agrowisata.

2. Bagi Akademisi

Memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan menambah referensi hasil penelitian dan juga dijadikan sebagai bahan rujukan penelitian bagi mahasiswa/i ekonomi.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bisa memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada masyarakat tentang pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo.

4. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat memberikan masukan pada dinas pariwisata dan dinas pertanian kabupaten karo bahwa agrowisata di Kabupaten Karo memiliki potensi wisata yang baik untuk terus di kembangkan.

5. Bagi Mahasiswa

Sebagai wacana atau pengetahuan tentang potensi agrowisata, serta menjadi bahan referensi untuk kajian yang lebih lanjut tentang hal-hal yang terkait dengan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Agrowisata dan Manfaat Agrowisata

1. Pengertian Agrowisata

Agrowisata atau bisa dikenal juga dengan sebutan wisata agro, berdasarkan surat keputusan bersama antara Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi dengan Menteri Pertanian No 204/KPTS/HK 050/4/ 1989, No Km 47/ Pw/ 004/MPPT-89 tahun 1989 tentang kordinasi pengembangan wisata agro. Dalam keputusan disebutkan:

“ wisata Agro adalah suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memnfaatkan usaha agro sebagai objek wista dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang agro ”

Agrowisata merupakan terjemah dari istilah bahasa inggris, *agrotourism*. Agro berarti pertanian dan *tourism* berarti pariwisata/kepariwisataan. Agrowisata adalah meningkatkan pedapatan kaum tani, dan meningkatkan kualitas alam perdesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagaia hunian yang berkualitas, memberikan kesempatan masyarakat untuk belajar kehidupan pertanian yang menguntungkan ekosistemnya.⁸

Menurut Rilla, memiliki pendapat yang hampir sama tentang agrowisata, di mana pembangunan pariwisata mestinya menjadi peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatannya untuk mempertahankan hidup keluarganya. Sutjipta mendefinisikan agrowisata adalah sebuah sistem kegiatan yang terpadu dan terkoordinasi untuk pengembangan pariwisata sekaligus pertanian, dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan, peningkatan kesejahtran masyarakat petani.⁹

⁸ Rai Utama I Gusti Bagus, Rai Utama *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*, (Yogyakarta:CV Budi Utama,2019) h.96

⁹I Nyoma. Sutjipta, *Agrowisata*, (Magister Manajemen Agribisnis : Universitas Udayana 2001), h .86.

Agrowisata dapat dikelompokkan ke dalam wisata ekologi (*eco-tourism*), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar di lingkungan alamnya serta sebagai sarana pendidikan. Menurut Labo et al akan menawarkan kesempatan bagi petani lokal untuk meningkatkan sumber pendapatan mereka dan meningkatkan kualitas dan kesejahteraan hidup sejalan dengan keberlanjutan dari kegiatan tersebut. Ada beberapa poin penjelasan lanjutan mengenai pengembangan agrowisata ini, yaitu:

- a. Agrowisata megedukasi masyarakat mengenai pertanian dan berkontribusi pada perekonomian lokal.
- b. Agrowisata mengurangi arus urbanisasi karena masyarakat mampu mendapatkan pekerjaan dan pendapatan dari kegiatan ini tanpa harus pergi bekerja ke kota.
- c. Agrowisata mempromosikan produk lokal dan regional dalam usaha pemasarannya dan menciptakan nilai tambah dan pemasaran langsung dan memberikan manfaat bagi kegiatan ekonomi serta memberikan keuntungan bagi masyarakat yang ada di tempat agrowisata itu dikembangkan.

Pengembangan agrowisata merupakan kombinasi antara pertanian dan dunia wisata untuk liburan di desa. Atraksi dari *agrotourism* adalah pengalaman bertani dan menikmati produk kebun bersama dengan jasa yang disediakan. Agrowisata merupakan bagian dari obyek wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai objek wisata. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, kita bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya.

2. Manfaat agrowisata

a. Meningkatkan konservasi lingkungan

Salah seorang pakar mengatakan bahwa pariwisata merupakan industri yang kelangsungan hidupnya sangat ditentukan oleh baik-buruknya lingkungan. Karena di dalam pengembangan pariwisata, asus pengolahan lingkungan secara benar diperlukan untuk melastrikan kemampuan lingkungan dalam mendukung pembangunan yang berkelanjutan.

b. Meningkatkan nilai estetika dari keindahan alam

Lingkungan alam yang indah dan tertata apik tentu akan membuat orang terpesona. Keindahan visual dapat diperoleh dari topografi, jenis flora dan fauna, warna, dan arsitektur bangunan yang tersusun dalam suatu tata ruang yang serasi dalam alam. Setiap obyek agrowisata tentu memiliki daya tarik estetika tersendiri.

c. Memberikan nilai rekreasi

Sebagai obyek pariwisata, agrowisata tentunya tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan rekreasi. Rekreasi di tengah alam yang indah dan nyaman memang memiliki kepuasan tersendiri. Sebagai tempat rekreasi, pengelola agrowisata perlu membuat atau menyediakan fasilitas-fasilitas penunjang atau paket-paket acara yang dapat menimbulkan kegembiraan di tengah alam.

d. Meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Kunjungan para wisatawan ke lokasi agrowisata tidak hanya sebagai sarana hiburan semesta, tetapi dapat pula bernilai ilmiah. Kekayaan flora, fauna dan seluruh ekosistem yang ada di dalam kawasan agrowisata tentunya sangat mengundang rasa ingin tahu dari para peneliti, ilmuwan, ataupun kalangan pelajar. Dengan demikian, kehadiran agrowisata akan sangat membantu mereka yang senantiasa haus dengan ilmu pengetahuan.

e. Mendapatkan keuntungan ekonomi

Selain memberikan nilai-nilai yang sulit diukur secara materi seperti rasa nyaman, kegembiraan, nilai ilmu pengetahuan, dan kelestarian alam, agrowisata juga memberikan keuntungan ekonomi. Ini tentunya sangat erat kaitannya dengan tujuan pengelolaan agrowisata itu. Keuntungan tersebut tidak hanya bagi pengelola agrowisata itu, tetapi juga bagi masyarakat sekitarnya, pemerintah daerah, dan negara pada umumnya.

Agrowisata memanfaatkan beragam potensi pertanian seperti pemandangan alam, keanekaragaman, kekhasan aktivitas produksi dan teknologi serta budaya masyarakat petaninya menjadi bagian dari rangkaian kegiatan objek wisata. Agrowisata dianggap bentuk wisata alternatif yang lebih menguntungkan karena melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku langsung pariwisata. Pengembangan agrowisata akan menciptakan lapangan pekerjaan baru dan memberikan tambahan penghasilan bagi petani selain hasil produksinya. Selain itu agrowisata juga dapat dijadikan sarana untuk melestarikan sumber daya.¹⁰ Melestarikan kearifan dan teknologi lokal. Agrowisata sebagai salah satu cara mempromosikan kekayaan warisan alam dan budaya masyarakat perdesaan. Hal tersebut merupakan alasan kenapa agrowisata sering dikaitkan sebagai salah satu upaya untuk pengembangan ekonomi lokal, sekaligus berkontribusi untuk pelestarian alam dan peningkatan aset sosial budaya daerah.

Antara *ecotourism* dan *agritourism* berpegang pada prinsip yang sama. Prinsip-prinsip tersebut, menurut Wood adalah sebagai berikut:

- a. Menekankan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata.

¹⁰ Nana Lili Andrian, “ Analisis Potensi Agrowisata Untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kampung Kuriman Panorama Baru Kota Bukit Tinggi”, Jurnal Planologi, Vol.17 No.1 2020 hal. 48
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/psa>

- b. Memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya sebuah pelestarian.
- c. Menekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab yang berkerja sama dengan unsur pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal dan memberikan manfaat pada usaha pelestarian.
- d. Mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung untuk tujuan pelestarian, manajemen sumber daya alam dan kawasan yang dilindungi.
- e. Memberi penekanan pada kebutuhan zona pariwisata regional dan penataan serta pengelolaan tanam-tanaman untuk tujuan wisata di kawasan-kawasan wisata tersebut.
- f. Memberikan penekanan pada kegunaan studi-studi berdasarkan lingkungan dan sosial, dan program-program jangka panjang, untuk mengevaluasi dan menekan serendah-rendahnya dampak pariwisata terhadap lingkungan.
- g. Mendorong usaha peningkatan manfaat ekonomi untuk negara, pebisnis dan masyarakat lokal, terutama penduduk yang tinggal di wilayah kawasan yang dilindungi.
- h. Berusaha untuk meyakini bahwa perkembangan tidak melampaui batas-batas sosial dan lingkungan yang diterima seperti yang ditetapkan para peneliti yang telah bekerjasama dengan penduduk lokal.
- i. Mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan bintang liar, dan menyesuaikan dengan lingkungan alam dan budaya.¹¹

¹¹Rai Utama I Gusti Bagus, *Agrowisata Sebagai...*, h.98-132

B. Ruang Lingkup dan Potensi Agrowisata

Ruang lingkup dan potensi wisata agrowisata telah diberi batasan sebagai wisata yang memanfaatkan obyek-obyek pertanian. Secara umum, ruang lingkup dan potensi agrowisata yang dapat dikembangkan terdiri dari pertanian, tanaman pangan, perkebunan, perternakan dan perikanan, dengan rincian sebagai:

1. Kebun raya

Obyek wisata berupa kebun raya memiliki kekayaan berupa tanaman yang berasal dari berbagai spesies. Daya tarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan mencakup kekayaan flora yang ada, keindahan pemandangan, dan kesegaran udara yang memberikan rasa nyaman.

2. Perkebunan

Kegiatan usaha perkebunan meliputi perkebunan tanaman keras dan tanaman lainnya yang dilakukan oleh perkebunan besar swasta nasional ataupun asing, BUMN, dan perkebunan rakyat. Berbagai kegiatan obyek wisata perkebunan dapat berupa praproduksi (pembibitan), produksi, dan pascaproduksi (pengelolaan dan pemasaran).

Daya tarik perkebunan sebagai sumber daya wisata antara lain:

- a. Daya tarik historis dari perkebunan yang sudah diusahakan sejak lama.
- b. Lokasi beberapa wilayah perkebunan yang terletak di pegunungan yang memberikan pemandangan indah serta berhawa segar.
- c. Cara-cara tradisional dalam pola tanam, pemeliharaan, pengelolaan dan prosesnya.
- d. Perkembangan teknik pengelolaan yang ada.

3. Tanaman pangan dan hortikultur

Lingkup kegiatan wisata tanaman pangan yang meliputi usaha tanaman padi dan palawijia serta hortikultur yakni bunga, buah, sayur, dan jamu-jamuan. Berbagai proses kegiatan mulai dari prapanen, pascapanen berupapengolahan hasil, sampai kegiatan pemasarannya dapat dijadikan obyek agowisata.

4. Perikanan

Ruang lingkup kegiatan wisata perikanan dapat berupa kegiatan budi daya perikanan sampai proses pascapanen. Daya tarik perikanan sebagai sumber daya wisata di antaranya pola tradisional dalam perikanan serta kegiatan lain, misalnya memancing ikan.

5. Peternakan

Daya tarik peternakan sebagai sumber daya wisata antara lain pola beternak, cara tradisional dalam peternakan, serta budi daya hewan ternakan.¹²

Hal ini sejalan dengan pendapat I Gusti Bagus Rai Utama dalam bukunya, bahwa potensi pertanian yang dapat dijadikan agrowisata meliputi:

1. Tanaman Pangan dan Holtikultura

Daya tarik tanaman pangan dan holtikultura sebagai objek agrowisata antara lain dapat berupa kebun bunga, kebun buah-buahan, kebun sayur-sayuran, kebun tanaman obat-obatan.

2. Perkebunan

Suatu kawasan perkebunan yang berpotensi dimanfaatkan sebagai objek dan daya tarik agrowisata adalah kawasan perkebunan yang kegiatannya merupakan kesatuan yang utuh mulai dari pembibitan sampai dengan pengolahan hasilnya. Setiap kegiatan dan proses perusahaan perkebunan dapat dijadikan daya tarik atau atraksi yang menarik bagi wisatawan mulai dari pembibitan, penanaman, pengolahan ataupun pengepakan hasil produksinya. Perkebunan sebagai objek agrowisata terdiri dari perkebunan sawit, karet, teh, kopi, kakao, tebu dan lainnya.

Pada dasarnya luas perkebunan ada batasnya, namun perkebunan yang dijadikan sebagai objek agrowisata luasnya tidak di batasi, dengan kata lain luasnya sesuai dengan izin atau persyaratan objek agrowisata yang diberikan.

Untuk menunjukan kepada wisatawan suatu perkebunan yang baik dan benar

¹² Selvia Puspitasari, *Kajian Potensi Wisata Agro di Kabupaten Bandung Berdasarkan Aspek Permintaan dan Sediaan*. (Disertasi, Insitut Teknologi Bandung, 2010) hal. 32-33.

semestinya dalam objek dilengkapi dengan unit pengolahan, laboratorium, pengepakan hasil, sarana dan perasarana.

3. Perternakan

Potensi peternakan sebagai daya wisata antara lain cara tradisional dalam pemeliharaan ternak, aspek keunikan pengelolaan, produksi ternak, atraksi peternakan dan peternakan khusus seperti bekisar dan sapi misalnya.

4. Perikanan

Kegiatan perikanan yang dapat dijadikan objek pariwisata ialah kegiatan penangkapan serta kegiatan budidaya ikan tawar, budidaya tambak, budidaya laut misal kerang, rumput laut, kakap merah, dan mutiara.

Sehingga dalam mendukung pengembangan agrowisata, jenis pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan meliputi jenis tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan.

C. Bentuk dan Jenis Agrowisata

Pengembangan agrowisata menurut Direktori Wisata Agro Indonesia dapat diarahkan dalam bentuk ruang tertutup (seperti museum), ruang terbuka (taman atau lanskap), atau kombinasi antara keduanya. Agrowisata ruangan tertutup dapat berupa koleksi atau alat-alat pertanian yang khas dan bernilai sejarah atau naskah dan visualisasi sejarah penggunaan lahan maupun proses pengolahan hasil pertanian. Sedangkan agrowisata ruang tertutup dapat berupa peralatan lahan yang khas dan sesuai dengan kapasitas dan tipologi lahan untuk mendukung suatu sistem usaha tani yang efektif dan berkelanjutan. Komponen utama pengembangan agrowisata ruangan terbuka dapat berupa flora dan fauna yang dibudidayakan maupun liar, teknologi budidaya dan pasca panen komoditas pertanian yang khas dan bernilai sejarah, atraksi budaya pertanian setempat, dan pemandangan alam berlatar belakang pertanian dengan kenyamanan yang dapat dirasakan. Agrowisata ruangan terbuka terbagi menjadi dua versi yaitu:

1. Agrowisata Ruangan Terbuka Alami

Objek agrowisata ini berada pada areal dimana kegiatan tersebut dilakukan langsung oleh petani setempat sesuai dengan kehidupan keseharian mereka. Masyarakat melakukan kegiatannya sesuai dengan apa yang biasa mereka lakukan tanpa ada pengaturan dari pihak lain. Untuk memberikan tambahan kenikmatan wisatawan, atraksi- atraksi spesifik yang dilakukan oleh masyarakat dapat lebih ditonjolkan, namun tetap menjaga nilai estetika alamnya. Sementara fasilitas pendukung untuk kenyamanan wisatawan tetap disediakan sejauh tidak bertentangan dengan kultur dan estetika asli yang ada, seperti fasilitas transportasi, tempat berteduh, sanitas, dan keamanan dari binatang buas. Contoh agrowisata terbuka alami adalah kawasan Suku Baduy di Pandeglang dan Suku Naga di Tasikmalaya, Jawa Barat, Suku Tangger di Jawa Timur, Bali dengan teknologi subaknya, dan Papua dengan berbagai pola atraksi pengelolaan lahan untuk budidaya umbi-umbian.

2. Agrowisata Ruangan Terbukan Buatan

Kawasan agrowisata ruang terbuka buatan ini dapat didesain pada kawasan-kawasan yang spesifik, namun belum dikuasai atau disentuh oleh masyarakat adat. Tata ruang peruntukan lahan diatur sesuai dengan daya dukungnya dan komoditas pertanian yang dikembangkan memiliki nilai jual untuk wisatawan. Demikian pula teknologi yang diterapkan diambil dari budaya masyarakat lokal yang ada, dirawat sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan produk atraksi agrowisata yang menarik. Fasilitas pendukung untuk akomodasi wisatawan dapat disediakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern, namun tidak mengganggu keseimbangan ekosistem yang ada. Kegiatan wisata ini dapat dikelola oleh suatu badan usaha, sedang pelaksana atraksi parsialnya tetap dilakukan oleh petani lokal yang memiliki teknologi yang diterapkan.

D. Kriteria Kawasan Pengembangan Agrowisata

Kawasan agrowisata yang sudah berkembang memiliki kriteria- kriteria, karakter dan ciri-ciri yang dapat dikenali. Kawasan agrowisata merupakan suatu kawasan yang memiliki kriteria sebagai berikut.

1. Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:
 - a. Sub sistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan dan kehutanan.
 - b. Sub sistem industri pertanian yang antara lain terdiri dari industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik impor maupun ekspor.
 - c. Sub sistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri dan layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, dan fasilitas- fasilitas yang mendukung lain seperti perbankan, telekomunikasi dan infrastruktur.
2. Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi. Kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memacu berkembangnya sektor agro.
 - a. Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan. Berbagai kegiatan dan produk wisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan.¹³

¹³Herry Darwanto, *Tata Cara Perencanaan Pengembangan Kawasan Untuk Percepatan Pembangunan Daerah*, (Direktur Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, Bappenas, 2004) h.198

Selain kriteria- kriteria tertentu, suatu kawasan agrowisata juga harus memenuhi beberapa persyaratan dasar antara lain:

1. Memiliki sumberdaya lahan dengan agrowisata yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.
2. Memiliki perasarana dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan sistem dan usaha agrowisata, seperti misalnya: jalan, pengairan/sarana irigasi, pasar, jaringan telekomunikasi dan fasilitas pendukung lainnya.
3. Memiliki sumberdaya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
4. Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumberdaya alam, kelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.¹⁴

Dengan memenuhi kriteria dan persyaratan pengembangan kawasan agrowisata, suatu obyek wisata atau *destination* juga harus meliputi lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, diantaranya:

a. *Attractions*

Atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui sesuatu pertunjukan (*shows*) yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan. Tujuan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata untuk mengisi waktu kosong. Biasanya mereka pergi ke suatu Lokasi karena memiliki ciri khas tertentu, seperti keindahan alam, kesenian tradisional, kebudayaan, sejarah daerah tersebut.

¹⁴*Ibid*, hal. 199

b. *Facility*

Fasilitas cenderung berorientasi pada *attractions* disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah *attractions* berkembang. Jumlah dan jenis fasilitasnya tergantung kebutuhan wisatawan, seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga. Fasilitas tersebut bisa berupa fasilitas akomodasi (hotel, motel, losmen, penginapan), fasilitas transportasi (terminal, area parkir, bandara, pelabuhan laut, dan sebagainya), dan juga fasilitas pelayanan lainnya (pusat informasi pariwisata, jaringan komunikasi, pelayanan jasa pos dan lain-lain).

c. *Infrastructure*

Attractions dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau daerah, seperti sistem pengairan/air, sumber listrik dan energi, sistem pembuangan kotoran/ pembuangan air , jasa kesehatan, dan jalan raya. Ada beberapa cara membuat jalan raya lebih menarik bagi wisatawan:

- 1) Menyediakan pemandangan yang luas dari alam semesta.
- 2) Membuat jalan yang naik turun untuk variasi pemandangan.
- 3) Mengembangkan tempat dengan pemandangan yang indah.
- 4) Memilih pohon yang tidak terlalu lebat supaya masih ada pemandangan yang indah.

d. *Transportation*

Ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk:

- 1) Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
- 2) Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan, atau telepon.
- 3) Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
- 4) Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, rute dan pelayanan pengangkutan lokal dan peta kota harus tersedia bagi penumpang.

e. *Hospitality* (keramahtamahan)

Hospitality memiliki arti keramah-tamahan, kesopanan, keakraban dan juga rasa saling menghormati. Jika dikaitkan dengan industri pariwisata, dapat diibaratkan bahwa *hospitality* merupakan roh, jiwa, semangat dari pariwisata. Tanpa adanya keramah-tamahan dalam pariwisata, maka seluruh produk yang ditawarkan dalam pariwisata itu sendiri seperti benda mati yang tidak memiliki nilai untuk dijual. Jika wisatawan yang sedang berada dalam lingkaran yang belum mereka kenal maka kapasitas akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing.¹⁵

E. Model Pengembangan Agrowisata

Dalam pengembangan Agrowisata dibutuhkan kerjasama sinergis diantara pelaku yang terlibat dalam pengelolaan Agrowisata, yaitu masyarakat, swasta dan pemerintah. Pendekatan pengembangan agrowisata, meliputi:

1. Pengembangan berbasis konservasi, dimaksudkan pola pembinaan yang tetap mempertahankan keaslian agro-ekosistem dengan mengupayakan kelestarian sumber daya alam lingkungan hidup, sejarah, budaya, dan rekerasi.

¹⁵ Gumelar S Sastrayuda, *Concept Resort and Liesure Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Resort and Liesure*, (Jakarta : 2010). h,26.

2. Pengembangan berbasis masyarakat, dimaksudkan pola pembinaan masyarakat yang menetapkan agro wisata sebagai pemberdayaan masyarakat petani untuk dapat memperoleh nilai tambah baik dari sisi hasil pertanian maupun dari kunjungan wisatawan dan efek ganda dari penyerapan hasil pertanian oleh usaha pariwisata dan pengembangan.
3. Penetapan wilayah atau daerah agro wisata sebagai daerah atau wilayah pembinaan.
4. Inventarisasi kekuatan agro wisata.
5. Peranan lembaga pariwisata dan lembaga pertanian dalam pembinaan agro wisata.

Kunci dalam pengembangan agrowisata adalah pengelolaan, pengunjung atau wisatawan, dan peranan pemerintah atau institusi. Peranan pemerintah sendiri sangat penting untuk menuju kesuksesan dalam pengembangan agrowisata. Selain itu lokasi merupakan faktor terpenting untuk keberhasilan pembangunan pusat agrowisata tersebut.¹⁶

F. Strategi Pengembangan Agrowisata

Secara garis besar strategi pengembangan agrowisata meliputi beberapa aspek diantaranya sumber daya manusia, sumber daya alam, dan promosi. Sumber daya manusia yang dimaksud adalah dimana pihak pekerja agrowisata memiliki kemampuan untuk mengelolah agrowisata dengan baik. Hal ini dapat dilakukan dengan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengetahuan dan keterampilan bagi para pekerja dalam berkomunikasi dengan wisatawan.

Sumber daya alam ini merupakan produk utama yang ditonjolkan dalam agrowisata yaitu kealamian atau keasrian lingkungan agrowisata dan menjadi

¹⁶*Ibid*, h. 3.

salah satu produk yang ditawarkan agrowisata, dimana sumber daya alam ini dikelola oleh pekerja agrowista agar dikemas dengan semenarik mungkin dengan tidak menghilangkan keaslian lingkungan agrowisata sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian wisatawan yang datang. Selain itu dalam pengembangan agrowisata perlu adanya promosi.

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka kenal dan tertarik untuk mengunjungi agrowisata tersebut promosi harus dilakukan terus-menerus baik media cetak pamflet, brosur ataupun baliho dan juga melalui social media baik itu *facebook*, *instagram*, dan media sosial lainnya.

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan proses perubahan fisik maupun non fisik suatu daya tarik maupun potensi wisata agar lebih menarik dan berkembang. Selaras dengan hal tersebut empat kebutuhan dasar yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata di tempat tujuan wisata yaitu (1) Angkutan, (2) akomodasi dan pangan (3) daya tarik dan (4) kemudahan.¹⁷

G. Agrowisata Dalam Islam

Pengertian pertanian secara luas meliputi peternakan, perkebunan, perikanan, dan kehutanan dari sudut pandang islam, dapat diwakilkan dengan kata *al-fillahah* bukan *az-ziraah* sebagaimana Ibnu Al- Awwan memberikan nama kitabnya. Kata *al-fillahah* berasal dari kata *falaha*, dan kata ini juga membentuk kata *al-falah* yang bermakna kesuksesan atau kemenangan. Dua kata *al-fillahah* dan *al-falah*, dapat ditarik landasan filosofis tujuan pertanian islam. Bahwa tujuannya adalah untuk kesejahteraan manusia.¹⁸ *Falah* adalah kesejahteraan yang hakiki, kesejahteraan yang

¹⁷ I Nurhadi, *Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dilem Wilis Kabupaten Trenggalek*. (Magister Agrobisnis, 2018) h.16

¹⁸ Isma`il Raji al- Faruqi, *Tauhid; its implication For Thought and Life*, (Pakistan: IIIT, 1982), h. 9.

sebenarnya dimana komponen-komponen rohaniyah masuk ke dalam pengertian *falah* ini.¹⁹

Membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi lainnya adalah penggunaan parameter *falah*. *Falah* adalah kesejahteraan yang hakiki, kesejahteraan yang sebenarnya, di mana komponen-komponen rohaniyah masuk ke dalam pengertian *Falah* ini. Ekonomi Islam dalam arti sebuah sistem ekonomi (*nidhom al-iqtishad*) merupakan sebuah sistem yang dapat mengatur manusia kepada *real welfare (falah)*, kesejahteraan yang sebenarnya. *Al-falah* dalam pengertian islam mengacu pada konsep islam tentang manusia itu sendiri yaitu memahami kebutuhan ruhani manusia.²⁰

Adapun dalam segi pengembangan ilmu pengetahuan, dibutuhkan pendekatan epistemologi untuk memperjelas konsep kejayaan pertanian dengan al- Qur'an. Yakni dengan pendekatan konsep integrasi ilmu. Hal ini diperlukan untuk menetapkan teori ilmu pertanian Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, dengan pendekatan epistemologi ini, Al-Qur'an dapat diposisikan kembali sebagai sumber ilmu pengetahuan yang otoritatif dan ilmiah di ruang akademik dan publik.²¹

Agrowisata merupakan wisata yang lebih ditekankan ke alam. Perancangan agrowisata diharapkan dapat mengurangi kerusakan-kerusakan alam yang sering terjadi akhir-akhir ini. Telah tersirat pada firman Allah SWT Q.S. Ar- Rum ayat 41-42:

¹⁹Yani Afdillah, *Analisis Tingkat Kesenjangan Pendapatan Pada Masyarakat Tebing Tinggi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2015 h. 22

²⁰Khairina Tambunan, Analisis Kointegrasi Zakat dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2015-2018, 2019: Aksar Jurnal Akuntanis Syariah 2 (2) : 249-264. https://www.researchgate.net/publication/337837930_Analisis_Kointegrasi_Zakat_dan_Pertumbuhan_Ekonomi_Indonesia_Periode_Tahun_2015-2018

²¹Farida UJ, "Memahami Konsep al-falah Melalui Upaya Pengautan Ketahanan Pangan dalam World Islamic Economic konsep al-falah Forum (WIEF)" *,Journal of islamic Economic Lariba*, Vol.1, No. 1, 2015, hlm 53.

أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى ضَلَالٍ مُّبِينٍ سَأَنبَأُكَ يَدِيَّاهُ تَبَسُّكُم بِرَحْبَلَاءُ رَبَّاءُ فِي دُاسِفَلَاءُ رَهْطٍ
 نَمَنَ يَدْلًا مُبْقِعًا نَّكَافِيكُمْ أَوْ رُظْنًا فِضْرًا لَّا فِي فَاوْرِيْسَلُ ق ٤١ نَوُعَجْرِي مُهْلَعًا
 ٤٢ نَيَكْرِسُّمُ مُهْرَتَّكَ نَاكَلُ بَق

Artinya: *Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusi, supay Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). Katakanlah: "Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)"*²²

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa semua kerusakan kebanyakan diakibatkan oleh tangan-tangan jahil manusia dengan hadirnya agrowisata ini diharapkan dapat mengurangi kerusakan-kerusakan yang terjadi oleh tangan-tangan manusia. Pengembangan agrowisata berwawasan lingkungan yang akan menghasilkan dampak yang sangat positif karena telah mempertimbangkan banyak hal mulai dari aspek-aspek yang terkecil, seperti yang disebutkan dalam firman Allah SWT Q.S. Al Qaaf ayat 7:

٧ جِهْدِ جُوزَ لِّكَ نَمَ اِهْيَفِ اَنْتَبْنَاوِي سَوَارِ اِهْيَفِ اَنْيَقْلَاو اِهْنَدَدَمَ ضَرَّ لَّاو

²²Departemen Agama RI, *Alqurqn dan Terjemahnya*, (Jakarta: Media Publisng, 2002) h. 326.

Artinya: *Dan Kami hamparkan bumi itu dan Kami letakkan padanya gunung-gunung yang kokoh dan Kami tumbuhkan padanya segala macam tanaman yang indah dipandang mata.*²³

Ayat di atas menerangkan bahwa Allah SWT telah menciptakan langit dan gunung-gunung dan yang ada dipermukaan- permukaan bumi yang harus dikembangkan seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan berbagai macam jenis hewan yang bisa dikonsumsi oleh manusia. Tanaman agrowisata mempunyai syarat-syarat dalam Islam. Telah terkandung dalam surat al-qaa'f ayat 7, dan sudah diterangkan bahwa banyak tanaman indah yang telah tumbuh di bumi serta banyak juga tanaman yang bagus-bagus.

Kesimpulan yang dapat di ambil dari ayat Al quran ini adalah Allah telah menciptakan bumi dan segala jenis tanaman yang banyak serta keindahannya melimpah dan terdapat pula berbagai jenis, sehingga dalam perancangan bisa mempertahankan keindahan alam. Tanaman yang sejuk di pandang mata bisa menjadi syarat pemilihan tanaman agrowisata.

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ ح وَحَدَّثَنِي عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ الْمُبَارَكِ حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَا مِنْ مُسْلِمٍ يَغْرِسُ غَرْسًا أَوْ يَزْرَعُ زَرْعًا فَيَأْكُلُ مِنْهُ طَيْرٌ أَوْ إِنْسَانٌ أَوْ بَهِيمَةٌ إِلَّا كَانَ لَهُ بِهِ صَدَقَةٌ وَقَالَ لَنَا مُسْلِمٌ حَدَّثَنَا أَبَانُ حَدَّثَنَا قَتَادَةُ حَدَّثَنَا أَنَسٌ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

Artinya: *Tidaklah seorang muslimpun yang bercocok tanam atau menanam satu tanaman lalu tanaman itu dimakan oleh burung atau manusia atau hewan melainkan itu menjadi shadaqah baginya. Dan berkata, kepada kami Muslim telah*

²³Departemen Agama RI, *Alqurqn dan Terjemahanya*, (Jakarta: Media Publising, 2002) h.

menceritakan kepada saya Aban telah menceritakan kepada kami Qatadah telah menceritakan kepada kami Anas dari Nabi. (HR. Bukhari No.2152)

Dari hadist diatas diambil kesimpulan bahwa melalui hadis ini, Rasulullah SAW mengajarkan umatnya untuk menanam atau bercocok tanam. Berdasarkan hadis ini dapat dikatakan pula bahwa dengan bercocok tanam atau menanam pohon akan diperoleh dua manfaat, yaitu manfaat keduniaan dan manfaat keagamaan. Pada prinsipnya Islam memberi kebebasan kepada umat manusia dalam kapasitasnya sebagai khalifah di muka bumi untuk melakukan usaha demi kelangsungan hidupnya. Hanya saja kebebasan itu tidak dalam arti yang sebebasnya yang tanpa batas. Karena bagaimanapun harus tetap dalam koridor ketentuan syariah sebagaimana yang telah diajarkan. Produksi di dalam islam tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan materi saja.²⁴

Hadist di atas menjelaskan bahwa seseorang yang melakukan kegiatan produksi di bidang pertanian bukan hanya memperoleh manfaat berupa hasil pertanian namun juga memberi manfaat bagi orang lain dengan menyediakan bahan makanan untuk mereka bahkan makhluk seperti hewan herbivora, karnivora, dan pengurai pun mendapat manfaat dari aktivitas pertanian. Dengan demikian untuk memenuhi kebutuhan hidup produsen secara pribadi namun juga memenuhi kebutuhan masyarakat.²⁵

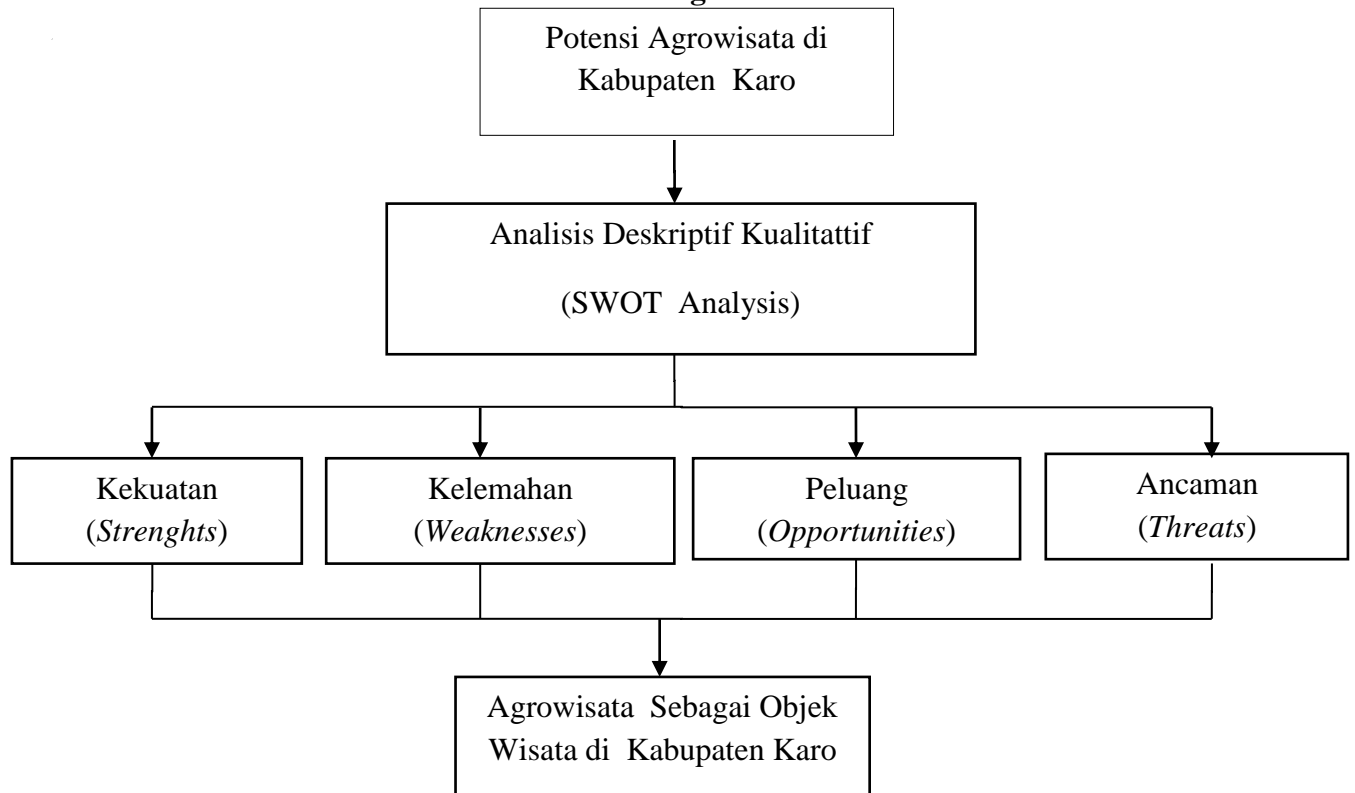
²⁴Muhammad Djakfar, *pariwisata Halal Perspektif Multidimensi* (Malang: UIN Maliki Press, 2017), hal. 146.

²⁵ Isnaini Harahap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015), hal. 57-58.

H. Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan berjalannya penelitian mengenai Analisis Potensi Agrowisata Di Kabupaten Karo maka dibuatlah kerangka pemikiran ini agar penelitian ini lebih mudah dikerjakan dan lebih terstruktur dan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, maka dari itu berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran



I. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini:

Tabel 2.2

Penelitian Yang Relevan

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Apri Supranto (2017)	Analisis Potensi Agrowisata Di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok	Hasil penelitiannya menunjukkan agrowisata di Kecamatan Solok pertama, keadaan tanah yang subur, keadaan alam yang masih alami, daerahnya kental dengan adat istiadat. Kedua, proses penanaman dan pemanenan sayuran, buah-buahan dan bunga masih teradisional. Kecamatan Lembah Gumanti belum ada agrowisata, adanya organisasi masyarakat setempat yang diberi peluang, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, Kecamatan LembahGumanti Kabupaten Solok banyak memiliki tempat objek-objek wisata untuk pendukung pengembangan agrowisata.

2	Nana Lili Andrian Fashbir Noor Sidin Melinda Noer (2020)	Analisis Potensi Agrowisata Untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kampung Kuriman Panorama Baru Kota Bukittinggi	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa karakteristik dan potensi yang ada sebagai pedoman perencanaan yang lebih operasional bagi pelaku pembangunan sehingga agrowisata dapat berkontribusi bagi pengembangan ekonomi lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampung Kuriman Panorama Baru memiliki karakteristik yang cocok bagi pengembangan agrowisata. Pengembangan agrowisata diarahkan dengan model berbasis masyarakat namun tetap membutuhkan dukungan serius dari pemerintah dan stakeholder lainnya.
3	Bahar Adhi Nugroho (2020)	Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Agrowisata Durian (Studi Kasus di Kelompok Tani Tri Mulya Desa Pageralang Kecamatan Kemranjen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bantuan pembangunan sarana dan prasarana yang diberikan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Bayumas bersama Bank Indonesia Purwokerto memberikan kesadaran masyarakat tentang kemandirian serta pentingnya pendidikan. Hasil yang diperoleh anggota kelompok tani Tri Mulya Desa Pageralang diantaranya meningkatnya pendapatan petani durian sehingga memenuhi kebutuhan dasar, dapat membangun berupa tempat tinggal yang layak serta

		Kabupaten Banyumas)	kemampuan sebagai anggota memenuhi kebutuhan tambahan seperti pembelian kendaraan pribadi. Membangun wilayah mereka yang berada di desa sebagai obyek agrowisata sebagai usaha untuk kemajuan desa. Terlepas dari hal tersebut mengelolah dn memanfaatkan lahan merupakan kesadaran dalam merawat bumi yang semakin tua. Dalam islam, hal tersebut dikenal dengan <i>Ihya Al-Ma'wat</i> , merupakan syariat dalam memakmurkan dan memanfaatkan bumi untuk kepentingan kemaslahatan manusia baik secara individual maupun kolektif.
4	Nurul Fadilah (2019)	Analisis Agrowisata Nagari Batuhampar Kecamatan Akabiluru Kabupaten 50 Kota	Hasil penelitian menunjukan bahwa pada analisis SWOT pariwisata jeruk dan buah naga berada pada kuadran yang artinya wisata ini berada pada situasi yang menguntungkan dimana wisata jeruk dan buah naga memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk mengembangkan peluang pariwisata untuk berkembang. Berdasarkan perdedaan nilai antara kekuatan dan kelemahan serta peluang dengan acaman, dapat diilustaysikan dalam SWOT bahwa staregi pendukung pengembangan pariwisata merupakan posisi yang sangat menguntungkan bagi

			obyek wisata jeruk dan buah naga di Nagari Batuhampar.
5	Umi Lestariningsih Agus Setiadi, Herry Setiawan. (2018)	Analisis Pengaruh Agrowisata Terhadap Peningkatan Petani Bunga Krisan Di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang.	Hasil penelitian terhadap perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah adanya agrowisata. Pendapatan petani setelah adanya agrowisata lebih tinggi dibanding pendapatan petani sebelum adanya agrowisata. Agrowisata berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan petani bunga krisan di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang yang ditunjukkan oleh hasil uji regresi berganda yang memiliki nilai signifikan 0,000.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Secara harfiah, sesuai dengan namanya penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus metodologi ini bukan sesuatu generalisasi tetapi pemahaman secara memberikan kategori substantif dan hipotesis penelitian kualitatif berfungsi memberikan kategori substantif dan hipotetis penelitian kualitatif.²⁶

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, penelitian harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami intraksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu memutuskan pada pemecahan masalah yang tepat mengenai potensi agrowisata di Kabupaten Karo. Pemecahan masalah yang dilakukan adalah melalui pentahapan dengan mengumpulkan data pimer dan data sekunder, mengolah data perimer untuk mendapatkan potensi mengenai agrowisata Kabupaten Karo. Alasan peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini

²⁶Nur Ahmadi Bi Rahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : FEBI UIN-SU Press, 2016), hal. 4.

adalah peneliti meneliti masalah yang membutuhkan studi yang lebih mendalam, seperti potensi dan kendala dalam mengembangkan agrowisata di Kabupaten Karo. Data pengamatan dan wawancara dipaparkan sesuai dengan apa yang diinformasikan kepada peneliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Desa Tongkoh, Kecamatan Dolat Rayat, Kabupaten Karo. yang berada di kawasan Agrowisata di Kabupaten Karo.

C. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dalam waktu yang terhitung mulai Juli 2020 hingga Januari 2021.

D. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek penelitian atau informan adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam tentang realitas sosial dan berbagai fenomena ciri, karakter, sifat dan model dari fenomena tersebut.²⁷

Sesuai dengan penjelasan diatas, bentuk penelitian ini adalah kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan model-model matematika, statistik, atau komputer. Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berfikir yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dalam kegiatannya peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap

²⁷Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenda Media Grup, 2013), h.47-48.

hasilnya karena metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Subjek dalam penelitian ini adalah beberapa informan yang dipercaya dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan akurat yaitu Pemilik Kebun Strawberry Rini Colia Kebun Stobery petik sendiri Esy Azery, Kebun Strobery Family dan Fram, Kebun Susu Kuda Sibayak Berastagi Strawberry petik sendiri , Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan, dan Kebun Sembiring Gurky Strawberry. Peneliti mewawancari baik laki-laki ataupun perempuan yang mana jumlah informan yang diambil sebanyak 6 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Agar dalam penelitian ini dapat di peroleh data-data yang relevan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder.

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan Data Primer adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang menjadi sumber penelitian di lapangan.

Teknik ini dapat dilakukan dengan cara:

a. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini dilakukan di kebun agrowisata Kabupaten Karo.

b. Metode Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara (*Interview*) merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Wawancara yang akan

dilakukan pada penelitian ini adalah dengan mewawancarai pihak pemilik kebun agrowisata di Kabupaten Karo.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip, buku, jurnal, dan lain-lain, baik yang dipublikasikan dan yang tidak dapat dipublikasikan.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT ini akan dilakukan pada agrowisata di Kabupaten Karo, hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT.²⁸

Hasil penelitian ini selain akan dianalisis secara deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan *Strengths* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *Weaknesses* (kelemahaan) dan *Threats*(ancaman) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada pada saat ini, hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT. Model yang populer untuk analisis

²⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 31.

situasi adalah analisis SWOT dengan menggunakan *Matrix External Factor Evaluation* dan *Matrix Internal Factor Evaluation*.²⁹

1. Matriks External faktor Evaluation (EFE)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan Matriks *External FaktorEvaluation* (EFE):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Menghitung reting untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon diatas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1(respon dibawah rata-rata). Reting ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan semuanya score untuk mendapatkan total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertuntu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFE Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukan strategi-

²⁹Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 31.

strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.³⁰

2. Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan Matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing factor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
- c. Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relative dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberi bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating =1), kelemahan yang kecil (rating =2), kekuatan yang kecil (rating 3) dan kekuatan yang besar (rating=4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan itu berada.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk menapatkan score.
- e. Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapa banyaknya faktor yang dimasukan dalam matriks IFE, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara

³⁰David dan Fred R. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*, (Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006), h.143.

internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat.³¹

3. Matriks IFAS (*Internal factor Analysis Summary*)

Menurut david, ada 5 (lima) tahap penyusunan matriks *Internal FactorAnalysis Summary* (IFAS):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (Sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating =1), kelemahan yang kecil (rating =2), kekuatan yang kecil (rating =3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matriks IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa

³¹Freddy Rangkuti *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h.206

secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.³²

4. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada 5 (lima) tahap penyusunan Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS):

- a. Tentukan faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4(respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.
- f. Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak

³²*Ibid*, h.206

memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

5. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:³³

Gambar 3,1
Matriks SWOT

Matrik SWOT		
<div style="text-align: center;">EFAST</div> <div style="text-align: center;">IFAS</div>	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	STRATEGI SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	STRATEGI WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
THREATS (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	STRATEGI ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strengths*) dan faktor eksternal (*Opportunities*),

³³*Ibid*, h. 208

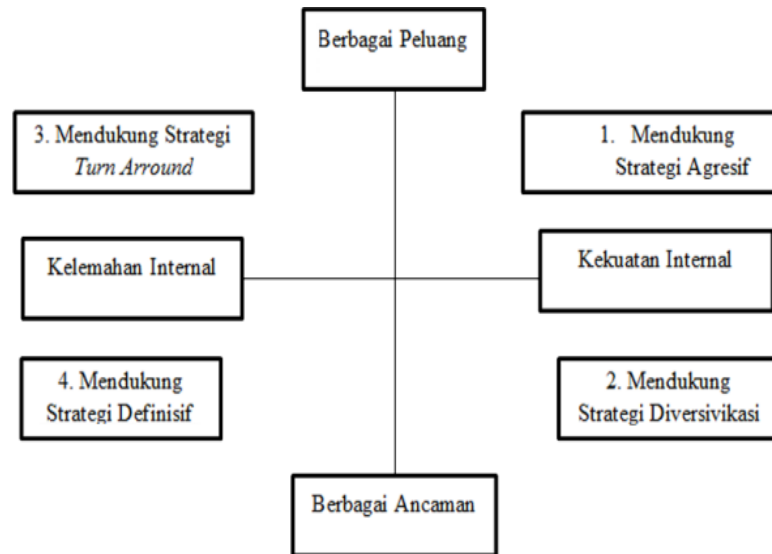
strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- b. Strategi ST (*Strengths- Threats*) strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strengths*) dan faktor eksternal (*Threats*), streategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar.
- c. Strategi WO (*Weaknesses- Opportunities*) strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Opportunities*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.
- d. Strategi WT (*Weaknesses- Threats*) Strategi ini merupakan gabungan faktor internal (*Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Threats*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan.³⁴

6. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisish antara total *Strengths* dan total *Weaknesses*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisish antara total *Opportunities* dan total *Threats*. Di gambar Diagram Analisis SWOT sebahai berikut:

³⁴Freddy Rangkuti *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h.208



Gambar 3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:³⁵

a. Kuadran 1:

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan pada kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada atau untuk meraih omzet yang maksimal.

b. Kuadran 2:

Kuadran ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

³⁵Freddy Ranguti *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h.20

c. Kuadran 3:

Kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, karena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.³⁶

d. Kuadran 4:

Kuadran ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi bertahan. Artinya, kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membelah diri.³⁷

G. Teknik Pengolahan Data

- a. *Editing*, yaitu penulis meneliti kembali data-data yang sudah terkumpul dan mengoreksi sehingga kelengkapan data dan kejelasan serta kesempurnaannya dapat diketahui.
- b. Deskripsi, yaitu menguraikan data dan menyusun kembali data yang telah terhimpun dalam uraian yang sistematis.
- c. Kategorisasi, penulis mengelompokkan data penelitian berdasarkan jenis permasalahan sehingga tersusun secara sistematis.

³⁶*Ibid*, h. 21

³⁷Muhammad Syahbudi, *UMKM Dan Digital Entrepreneurshi*, (Depok: Rajawali Pres,2020)

H. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats* (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman), sedangkan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).³⁸

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT menyediakan kerangka yang baik untuk meninjau ulang strategi, arah dan posisi suatu perusahaan, produk, orang atau proyek. Analisis SWOT juga dapat dilakukan pada satu produk, jasa, dan layanan suatu perusahaan atau bahkan perorangan.

Makna yang dimaksud dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* adalah sebagai berikut :

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya yang memberikan suatu keunggulan

³⁸Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 19

kompetitif dan kemampuan kepada perusahaan/perorangan mempertahankan posisinya dengan melakukan aktivitas pada tingkat yang sama. Indikator kekuatan dapat dilakukan sebagai berikut :

- 1) Kepemilikan produk (*Proprietary products*)
- 2) Pemimpin pasar (*Market leader*)
- 3) Sumber daya keuangan (*Financial resources*)
- 4) Kedalaman manajemen (*Manajemen depth*)
- 5) Persediaan proses rantai (*Supply chain processes*)
- 6) Skala ekonomi (*Economies of scale*)

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah suatu yang tidak dilakukan dengan baik oleh perusahaan, atau perusahaan tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut. Indikator kelemahan (*weaknesses*) dapat diketahui sebagai berikut :

- 1) Reputasi yang buruk (*Bad reputation*)
- 2) Arah strategi yang tidak jelas (*Strategic direction not clear*)
- 3) Arah dan skala ekonomis (*no economies scale*)
- 4) Kelemahan dalam memasarkan, keuangan (*Weaknesses in marketing finance*)³⁹

c. Peluang (*Oppprtunities*)

³⁹*Ibid*, h. 117.

Peluang adalah kecendrungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi, divisi perusahaan, fungsi-fungsi perusahaan. Indikator peluang dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Pasar baru (*New markets*)
- 2) Relung (*niches*)
- 3) Intergrasi vertikal atau horizontal (*Vertical or horizontal integration*)
- 4) Peningkatan pertumbuhan pasar (*Oncreased narketgrowth*) Peningkatan kekuatan dengan penyalur (*Increasing power with supplier*)⁴⁰

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah suatu kecendrungan lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat merugikan posisi organisasi perusahaan, divisi perusahaan, produk dan jasa. Indikator ancaman dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Pesaing asing, lokal (*Competitiors, foreign, domestic*)
- 2) Rendahnya barries masukan (*Low barries of entery*)
- 3) Faktor teknologi (*tecnology faktor*)
- 4) Model bisnis baru (*New bissines models*)
- 5) Produk pemgganti (*subtitues products*)
- 6) Para pembeli yang memperoleh kuasa (*buyers gainingpowers*)⁴¹

⁴⁰*Ibid*, h. 118.

⁴¹*Ibid*, h. 151.

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 sisi berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

Analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul harus dihadapi.⁴²

⁴²Irham Fahmi, *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 347.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Letak Geografi Dan Deskripsi Kabupaten Karo

Secara geografis, Kabupaten Karo memiliki potensi pengembangan wilayah dan wilayah rawan bencana. Potensi pengembangan wilayah meliputi pengembangan agroindustri, pengelolaan hasil pertanian, pusat pemerintahan Kabupaten, perdagangan barang dan jasa, pusat pemerintahan kecamatan, pengembangan destinasi pariwisata, pengelolaan hasil perkebunan, permukiman pedesaan, pengelolaan hasil budidaya kehutanan dan pusat cagar budaya. Sementara itu, terdapat juga wilayah rawan bencana gempa vulkanik karena memiliki dua gunung berapi yang aktif yaitu Gunung Sinabung dan Gunung Sibayak.

Pengembangan wilayah kabupaten Karo dapat dianalisis secara geografis, astronomis, topografis, klimatologis, geologis dan hidrologis. Secara geografis, Kabupaten Karo berada pada posisi strategis antara enam kabupaten dari Provinsi Sumatera Utara, Provinsi Nangroe Aceh Darussalam dan terletak pada jajaran dataran tinggi bukit barisan. Posisi strategi tersebut dapat dilihat pada batas wilayah administrasi seluas 02 050° s/d 03 019° LU dan 97 055° s/d 98 038° BT. Daerah Kabupaten Karo terletak di daerah dataran tinggi bukit barisan dengan total luas administrasi 2.127,25 km² atau 212.725 Ha. Wilayah Kabupaten Karo berbatasan dengan

- a. Kabupaten Langkat Dan Deli Serdang Di Bagian Utara
- b. Kabupaten Simalungun Dan Kabupaten Samosir Di Bagian Timur
- c. Kabupaten Dairi Dibagian Selatan Dan
- d. Provinsi Nangroe Aceh Darussalam Dibagian Barat

Kecamatan Mardinding dan Kecamatan Lau Baleng merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah secara berturut-turut masing-masing sebesar 267,11 km² atau 12,56% dan 252,60 km² atau 11,87% dari luas wilayah Kabupaten Karo. Sedangkan

Kecamatan Berastagi mempunyai luas wilayah yang paling kecil yaitu 30,50 km² atau 1,43% dari luas Kabupaten Karo. Secara rinci, luas masing-masing wilayah kecamatan dapat dilihat dari tabel 4.1

Tabel 4.1
Luas Daerah Menurut Kecamatan Tahun 2019

No	Kecamatan	Luas Wilayah (Km ²)	Rasio Terhadap Total (%)
1	Mardingding	267,11	12,56
2	Lau Baleng	252,60	11,87
3	Tiga Binanga	160,38	7,54
4	Juhar	218,56	10,27
5	Munte	125,67	5,91
6	Kuta Buluh	195,70	9,20
7	Payung	47,24	2,22
8	Tiga Nderket	86,78	4,08
9	Simpang Empat	93,48	4,39
10	Naman Teran	87,82	4,13
11	Merdeka	44,17	2,08
12	Kabanjahe	44,65	2,10
13	Berastagi	30,50	1,43

14	Tiga Panah	186,84	8,78
15	Dolat Rayat	32,25	1,52
16	Merek	125,51	5,90
17	Barusjahe	128,04	6,02
Jumlah		2127,25	100,00

Sumber: BPS Kabupaten Karo 2020

Sumber administratif, Kabupaten Karo terdiri dari 17 kecamatan, 259 desa dan 10 kelurahan. Kecamatan dengan jumlah desa terbanyak adalah Kecamatan Tiga Panah yaitu sebanyak 26 desa sedangkan Kecamatan Dolat Rayat merupakan kecamatan dengan jumlah desa paling sedikit yaitu 7 desa. Untuk lebih jelasnya jumlah desa masing masing dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2
Jumlah Desa Dan Kelurahan Masing Masing Kecamatan Kabupaten
Karo Tahun 2019

No	Kecamatan	Administrasi Pemerintahan		
		Desa	Kelurahan	Jumlah
1	Mardingding	12	-	12
2	Lau Baleng	15	-	15
3	Tiga Binanga	19	1	20
4	Juhar	25	-	25

5	Munte	22	-	22
6	Kuta Buluh	16	-	16
7	Payung	8	-	8
8	Tiga Nderket	17	-	17
9	Simpang Empat	17	-	17
10	Naman Teran	14	-	14
11	Merdeka	9	-	9
12	Kabanjahe	8	5	13
13	Berastagi	6	4	10
14	Tiga Panah	26	-	26
15	Dolat Rayat	7	-	7
16	Merek	19	-	19
17	Barusjahe	19	-	19
Jumlah		259	10	269

Sumber: BPS Kabupaten Karo, 2020

Secara astronomis, Kabupaten karo terletak pada 2°50' - 3°19' Lintang Utara dan 97°55' - 98°38' Bujur Timur. Letak astronomis ini membawa implikasi terhadap kondisi topografis, klimatologis, geologis, dan hidrologis.

Wilayah Kabupaten Karo, secara topografis berada pada ketinggian 200 – 11.500 m diatas permukaan laut dengan perbandingan luas sebagai berikut:

- a. Daerah ketinggian 200 –500 m dari permukaan laut seluas 46.462 Ha (21,84%)
- b. Daerah ketinggian 500 – 1.000 m dari permukaan laut seluas 84.892 Ha (39,91%)
- c. Daerah ketinggian 1.000 – 1.400 m dari permukaan laut seluas 70.7774 Ha (33,27%)
- d. Daerah ketinggian > 1400 m diatas permukaan laut seluas 10.567 Ha (4,98%).

Kondisi topografis juga mengakibatkan perbedaan/kemiringan atau lereng lahan yang dapat dibedakan sebagai berikut:

- 1) Dataran 2% = 23.900 Ha = 11, 24 %
- 2) Landai 2 = 15% = 74.919 Ha = 35,22%
- 3) Miring 15 – 40% = 41.169 Ha = 19,35%
- 4) Curam 40% = 72.737 Ha = 34,19%

Berdasarkan kondisi topografis maka Kecamatan Lau Baleng berada pada ketinggian terendah diatas permukaan laut yakni 200-580 mdpl. Sementara kecamatan yang berada pada ketinggian >1.000 mdpl yaitu Kecamatan Naman Teran, Merdeka, Berastagi dan Dolak Rayat.

2. Sejarah Perkembangan Kabupaten Karo

Karo adalah suku asli yang mendiami dataran tinggi Karo, Kabupaten Deli serdang, Kota binjai, Kabupaten Langkat, Kabupatn Dairi, Kota medan dan kabupaten Aceh Tenggara. Namun suku ini dijadikan salah satu nama kabiupaten disalah satu wilayah yang mereka diami (dataran tinggi Karo) yaitu Kabupaten Karo. Suku ini memiliki bahasa sendiri yang disebut bahasa Karo. Sebagian besar masyarakat suku Karo tidak mau disebut sebagai orang Batak karena mereka merasa berbeda. Suku Karo mempunyai sebutan sendiri untuk orang batak yaitu kalak teba.

Karo berasal dari kata Haru yang berasal dari nama kerajaan Haru yang berdiri sekitar abad 14 sampai abad 15 didaerah Sumatera Bagian Utara. Kemudian

pengucapan kata Haru ini berubah menjadi Karo. Inilah perkiraan awal terbentuknya nama Karo. Pada zaman keemasannya kekuasaan kerajaan Haru atau Karo mulai dari Aceh Besar sampai sungai Siak di Riau. Keberadaan Haru atau Karo di Aceh dapat dipastikan dengan beberapa desa disana yang berasal dari bahasa Karo. Misalnya Kuta Raja atau Banda Aceh sekarang, kuta Binjei di Aceh Timur, Kuta Karang, Kuta Alam, Kuta Lubok, Kuta Laksmana Mahmud, Kuta Cane, dan lainnya. Terdapat suku Karo di Aceh Besar dan dalam logat Aceh disebut Karee.

Keberadaan suku Haru atau Karo di Aceh diakui oleh H. Muhammad Said dalam bukunya “Aceh Sepanjang Abad”. Beliau menekankan bahwa penduduk asli Aceh Besar adalah keturunan mirip Batak namun tidak dijelaskan keturunan dari Batak mana penduduk asli tersebut. Sementara itu, H. M Zainuddin “Tarikh Aceh Dan Nusantara” dikatakan bahwa dilembah Aceh Besar selain kerajaan Islam ada kerajaan Karo. Brahma Putra, dalam bukunya “Karo Sepanjang Zaman” mengatakan bahwa raja terakhir suku Karo di Aceh Besar adalah Manang Ginting Suka

3. Profil Lokasi Penelitian

a. Jumlah Dan Persentase Penduduk

Jumlah dan persentase penduduk menurut kelompok umur Kabupaten Karo tahun 2015- 2019, disajikan selengkapnya pada tabel berikut:

Tabel 4.3

**Jumlah Dan Persentase Penduduk Menurut Kelompok Umur Kabupaten Karo
Tahun 2015-2019**

Tahun	Umur (Jiwa) / Persentase			Jumlah Penduduk
	0 - 14 Tahun	15 - 64 Tahun	65 Tahun+	
2015	122.899/31,54	246.348/63,23	20.344/5,22	389.591
2016	124.083/31,28	251.197/63,4	21.318/5,38	396.598

2017	125.043/31,01	255.752/63,43	22.412/5,56	403.207
2018	125.896/30,73	260.127/63,50	23.652/5,77	409.675
2019	126.529/30,42	264.313/6,56	25.036/6,02	415.878

Sumber: BPS, Karo Dalam Angka 2020

Komposisi penduduk menurut umur di Kabupaten Karo masih tergolong struktur umur tua hal ini terlihat persentase penduduk umur muda (dibawah umur 15 tahun) sebesar 30,42% dan penduduk umur 65 tahun keatas sebesar 6,02% dengan umur median 25 tahun. Ini memberikan implikasi bahwa potensi kelompok umur muda perlu mendapat perhatian dan pengembangan sehingga mampu menghasilkan tenaga-tenaga terampil, mandiri dan mengisi peluang-peluang ekonomi yang ada.

b. Keadaan penduduk menurut umur

Keadaan penduduk menurut umur dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Kabupaten Karo Tahun 2019

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
0 – 4	21.894	21.105	42.954	10,33
5 – 9	22.462	21.778	44.240	10,64
10 – 14	20.254	19.081	39.335	9,46
15 – 19	16.063	14.769	30.832	7,41
20 – 24	14.459	13.298	27.757	6,67

25 – 29	15.185	14.946	30.131	7,25
30 – 34	16.046	15.743	31.789	7,64
35 – 39	15.768	15.764	31.532	7,58
40 – 44	14.408	14.388	28.796	6,92
45 – 49	11.982	12.931	24.913	5,99
50 – 54	10.241	11.369	21.610	5,20
55 – 59	9.294	10.764	20.058	4,82
60 – 64	8.056	8.839	16.895	4,06
65 – 69	5.353	6.586	11.939	2,87
70 – 74	2.727	3.512	6.239	1,50
75+	2.248	4.610	6.858	1,649

Sumber: BPS, Karo Dalam Angka 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa penduduk Kabupaten Karo yang paling banyak penduduknya adalah kelompok usia 5 – 9 tahun sebanyak 44.240 jiwa (10,64%). Penduduk yang paling sedikit adalah penduduk berusia 70 – 74 sebanyak 6.239 jiwa atau 1,50%.

B. Temuan Penelitian

1. Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo

Terdapat enam Agrowisata yang menjadi informan penelitian ini yaitu kebun Strawberry Rini Colia, kebun Strawberry petik sendiri EsyAzery, kebun Strawberry Purba Family dan Farm, Susu Kuda Sibayak Strawberry petik sendiri, kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan dan yang terakhir kebun Sembiring Gurky Strawberry petik sendiri.

Berdasarkan wawancara pemilik kebun Agowisata Strawberry Rini Colia memiliki potensi diantaranya adalah potensi ekonomi terhadap estimasi pendapatan dari tiket masuk, pemilik usaha bisa menjual tiket pengunjung yang ada pada hari kerja (tidak libur) pengunjung mencapai 100 orang/hari, dan pada saat libur mencapai 200 orang/hari dengan harga tiket Rp. 5000/tiket dan penjualan buah-buahan juga meningkat jika di hari libur sehingga pemilik kebun mengambil buah stroberi dari petani yang ada di sekitar kawasan agrowisata. Pada saat pandemi covid- 19 dimana terjadi penurunan tingkat pengunjung hampir 50% sehingga membuat pemilik kebun mengalami kerugian, pemilik kebun melakukan inovasi dengan menggunakan sosial media untuk menjual produk-produk yang dimiliki.⁴³

Potensi agrowisata di Strawberry Purba Family dan Farm yang berlokasi di desa Tongkah memiliki potensi yang menjanjikan sebab agrowisata ini sudah berdiri sejak 6 tahun yang lalu, memiliki beragam tanaman contohnya seperti jeruk, strawberry, terong belanda, cabe, dan sebagainya. Selain itu agrowisata di Strawberry Purba Family dan Farm menjadi tempat terluas di Kabupaten Karo. Dikutip dari hasil wawancara penulis kepada pemilik agrowisata ini, pelanggan selalu puas ketika berkunjung di Strawberry Purba Family dan Farm karena berada di tempat yang sangat strategis dan menawarkan pemandangan yang langsung menghadap langsung

⁴³ Ibu Rini Colia, Pemilik kebun Strawberry Rini Colia, Wawancara pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober Pukul 13.07

ke kota Berastagi, sehingga para pengunjung yang datang ke sini dapat memetik stroberi pilihan sendiri sembari melihat keindahan kawasan Berastagi dan menikmati cuaca yang sejuk. Pihak kebun juga menyediakan beragam spot foto yang *instagrammable* karena sang pemilik sadar, saat ini masyarakat sangat senang ber-*selfie* tatkala berkunjung ke tempat wisata.

Biaya masuk ke Strawberry Purba Family dan Farm cukup murah. Hanya dengan berbelanja apapun dengan total minimal Rp 10.000,00 maka pengunjung sudah bisa menikmati areal yang luasnya berkisar 2,5 hektar ini. Tersedia juga musollah bagi islam yang ingin beribadah, serta pondok bagi yang ingin bersantai melepas penat setelah menempuh perjalanan jauh serta dilengkapi toilet yang bersih. Omset Strawberry Purba Family dan Farm dari informasi yang peneliti terima dari pemilik wisata ini cukup besar perbulannya Rp. 10.000.000. – Rp. 15.000.000. pendapatan bersih yang diperoleh dari hasil agrowisata. Dengan gaji pekerja sekitar 70.000 perhari.⁴⁴

Hasil wawancara Susu Sibayak Berastagi Strawberry petik sendiri memiliki potensi yang layak dikembangkan karena meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dan pendapatan asli daerah. Agrowisata Susu Berastagi Strawberry petik sendiri memanfaatkan potensi alam yang ada di Kabupaten Karo yang memiliki tanah yang subur dan alam yang sejuk sehingga banyak pengunjung yang datang ke agrowisata tersebut. Bukan hanya stroberi saja yang petik sendiri terdapat berbagai buah-buah yang di jual di kebun bapak Ricky ini ada juga Terong belanda, Jeruk, dan bunga-bunga yang lagi marak-maraknya saat ini.⁴⁵

Hasil wawancara dari pemilik kebun Sembiring Gurky Strawberry petik sendiri memiliki potensi yang sangat layak dikembangkan karena memiliki tempat

⁴⁴Ibu Elisabet, Pemilik Kebun Strawberry Purba Family dan Farm, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020 Pukul 13.58

⁴⁵ Ricky, Pemilik Kebun Susu Sibayak Berastagi Strawberry, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13.35

yang sangat strategis tidak jauh dari kota Berastagi dan memiliki panorama yang indah di kebun Sembiring Gurky sendiri memiliki pekerja sebanyak tiga orang, dan menjual berbagai buah-buahan dan sayur-sayuran pemilik kebun juga mengganti tanaman dua tahun sekali sehingga pengunjung tidak bosan dengan buah-buahan yang itu-itu saja.⁴⁶

Hasil wawancara kebun Strobery petik sendiri Esy Azery usaha yang dibangun oleh ibu ini sudah berjalan selama 10 tahun lebih lamanya dan pengunjung paling ramai biasanya hari sabtu-minggu, stroberi petik sendiri ini biasanya menghabiskan 40 kg lebih terjual jika di hari minggu harha 1 kgnya sekitar Rp. 80.000 jika buah stroberi habis di kebun maka ibu Esy akan membeli stroberi kepada para petani stoberi iainnya untuk di jual kembali.⁴⁷

Hasil wawancara dengan kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan pemilik Agrowowisata ini memanfaatkan potensi alam dan sumber daya alam yang di miliki oleh Kabupaten Karo yaitu alam yang sejuk, tanah yang subur, panorama yang indah dan lokasi yang sangat strategis keuntungan yang diperoleh dari hasih usaha agrowisata ini cukup terbilang lumayan sebulanya sekitar Rp. 9.000.000 per bulanya ibu rina sendiri mengolah kebun agrowisatanya dengan keluarganya saja.⁴⁸

Dengan kondisi yang diuraikan diatas, penuls menyimpulkan bahwa Kabupaten Karo memiliki potensi yang luar biasa dari sumber daya alam yang melimpah dan panorama yang indah dan lokasi yang sangat strategis. Agrowisata di Kabupaten Karo memiliki potensi untuk dapat berkembang dan bersaing di dunia bisnis di dorong dengan kekuatan dan peluang yang ada. Hal ini dapat dilihat pada agrowisata Kabupaten Karo telah mampu meningkatkan pendapatan pemilik kebun

⁴⁶ Pak Sembiring, Pemilik kebun Sembiring Gurky Strawberry, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 14.35

⁴⁷Ibu Esy, Pemilik kebun Strobery petik sendiri Esy Azery, Wawancara Pribadi , Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13. 25

⁴⁸Rina, Pemilik Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 12.42

Agrowisata apalagi di saat hari libur jumlah wisatawan yang datang ke lokasi agrowisata cukup banyak apabila jumlah wisatawan yang datang ke lokasi agrowisata cukup banyak terutama pada saat hari libur maka akan memberikan efek ganda dalam mengembangkan usaha masyarakat karena pemilik kebun agrowisata akan membeli buah-buahan dan sayur-sayuran mereka untuk di jual kembali oleh pemilik usaha agrowisata.

2. Strategi dalam pengembangan agrowisata di kabupaten karo

Dari hasil wawancara pemilik Strawberry Purba Family dan Farm dalam pengembangan agrowisata yaitu sebagai berikut:

- a. Melakukan pengembangan produk dan wisata dengan menambah produk dan wisata yang bervariasi dengan cara terus memanfaatkan sumber daya alam dan terus melakukan inovasi. Melakukan promosi dengan cara mengedukasi konsumen melalui media elektronik secara online.
- b. Optimalisasi agrowisata dengan melakukan pengembangan serta ciri khas, melakukan perbaikan infrastruktur dengan menambahkan fasilitas-fasilitas menarik. Menambah ikon-ikon yang menarik yang menjadikan tempat selfie untuk para pengunjung. Melakukan akses jalan menuju agrowisata Strawberry Purba Family dan Farm sehingga pengunjung dapat lebih mudah dan aman untuk masuk ke tempat pada agrowisata sehingga para pengunjung bias menikmati keindahan alam yang indah dapat dinikmati saat menuju agrowisata.
- c. Meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar menjaga kebersihan lingkungan, memberikan kesempatan kerja baru bagi masyarakat. Mempertahankan kualitas dan ciri khas produk agrowisata berupa petik Strawberry , terung belanda, cabe.

Menjaga kepercayaan pegawai dengan pelanggan dengan sikap ramah dan terbuka sehingga penunjung merasa nyaman dan dapat menikmati agrowisata di Kabupaten Karo.⁴⁹

Wawancara dengan pemilik kebun Rini Colia panen Strawberry di sini sepuasnya dengan luas lahan 2 hektar sangat ramai dikunjungi di akhir pekan, hari Sabtu dan Minggu. Lokasi agrowisata ini menawarkan pemandangan indah yang menghadap langsung ke kota Berastagi dan udara yang sejuk. Kebun strawberry Rini Colia ini menawarkan petik sendiri kepada pengunjung dan ditimbang berdasarkan hasil petik sendiri oleh pengunjung. Proses petik sendiri disediakan keranjang, gunting, dan topi oleh pemilik kebun. Bagi pengunjung yang tidak sempat memetik sendiri juga disediakan buah strawberry untuk dijual dalam keadaan masih segar. Selain strawberry pemilik kebun juga menyediakan jeruk sangkis, terong belanda dan cabe hijau yang bisa dipetik sendiri. Kisaran harganya pun beragram dan dibuka setiap hari mulai dari pukul 08.00-sampai 19.00 Wib.⁵⁰

Hasil wawancara dengan kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan strategi yang dilakukan berupa promosi di media sosial serta menjual produk-produk hasil kebun secara online pada saat pandemi covid-19 sehingga tidak mengalami kerugian akibat wabah ini, melakukan perbaikan fasilitas serta melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum ada sehingga pengunjung merasa nyaman dan mau berkunjung kembali.⁵¹

Hasil wawancara dengan pemilik Agrowisata Strawberry petik sendiri Esy Azery strategi yang dilakukan oleh pemilik agrowisata ini adalah memanfaatkan respon masyarakat yang baik agar menjaga kebersihan tempat disekitar agrowisata

⁴⁹Ibu Elisabet, Pemilik Kebun Strawberry Purba Family dan Farm, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020 Pukul 13.58

⁵⁰Ibu Rini Colia, Pemilik kebun Strawberry Rini Colia, Wawancara pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober Pukul 13.07

⁵¹Rina, Pemilik Kebun Strawberry Uci dan Tiara Hasibuan, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 12.42

agar pengunjung nyaman dan mau berkunjung kembali. Adanya agrowisata sekitar membuat ibu Esy terus melakukan inovasi agar tempat agrowisatanya terus dikunjungi oleh wisatawan.⁵²

Hasil wawancara dari pemilik kebun Sembiring Gurky Strawberry petik sendiri melakukan strategi memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi dan menyebar brosur, membuat pamflet yang menarik agar wisatawan dapat melihat lokasi agrowisata yang dimiliki oleh bapak Sembiring. Membuat spot-spot tempat foto yang menarik agar pengunjung bisa menikmati pemandangan yang dimiliki oleh kebun agrowisata.⁵³

Hasil wawancara Susu Sibayak Berastagi Strawberry petik sendiri melakukan perbaikan infrastruktur dan melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum ada agar menambah kenyamanan pengunjung, memperbarui teknologi yang diperlukan saat bercocok tanam agar buah-buahan dan sayuran terawat dengan baik, mengganti satu tahun sekali tanaman stroberi lama dengan yang baru agar stroberi berbuah banyak setiap bulannya, memanfaatkan respon masyarakat yang gaya hidup kembali ke alam untuk menambah pendapatan.⁵⁴

Hal-hal yang di uraikan diatas dapat peneliti uraikan bahwa strategi- strategi yang dilakukan oleh pemilik Agrowisata di Kabupaten Karo sudah cukup baik. Akan tetapi masih terdapat fasilitas-fasilitas yang belum lengkap. Pihak pengelola agrowisata harus memperhatikan hal tersebut untuk memenuhi kepuasan pengunjung. Sarana dan prasarana sangat penting bagi pengunjung untuk bisa beraktifitas secara nyaman, oleh karena itu pihak pengelola harus rutin dalam pemeliharaan sarana dan prasarana. Bila ada kerusakan ataupun kekurangan dalam sarana dan persarana, pihak pemilik kebun harus segera memperbaikinya. Dengan adanya teknologi yang

⁵²Ibu Esy, Pemilik kebun Strobery petik sendiri Esy Azery, Wawancara Pribadi , Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13. 25

⁵³ Pak Sembiring, Pemilik kebun Sembiring Gurky Strawberry, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 14.35

⁵⁴Riky, Pemilik Kebun Susu Sibayak Berastagi Strawberr, Wawancara Pribadi, Kabupaten Karo 19 Oktober 2020, Pukul 13.35

sangat pesat pemilik kebun harus memanfaatkan khususnya dalam teknologi informasi dan komunikasi, pihak agrowisata dapat mudah mempromosikan kebun mereka melalui internet dan membuat sosial media untuk lebih di kenal di dunia maya. Pemilik agrowisata harus memiliki akun sosial media seperti Fecebook, Instagram, Youtube dan media sosial lainnya agar memudahkan wisatawan dalam mencari informasi seputar agrowisata.

C. Pembahasan

1. Analisis Faktor- faktor internal agrowisata di Kabupaten Karo.

- a. Berikut faktor-faktor internal yang terdapat pada agrowisata di Kabupaten Karo dan yang menjadi tempat penelitian penulis, yang mana faktor internal tersebut dari kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*).

b. Agrowisata di Kabupaten Karo

1) Kekuatan (*Strengths*) Agrowisata di Kabupaten Karo

- a) Jarak lokasi wisata yang tidak jauh dari pusat Kota Medan.

Lokasi kebun agrowisata yang strategis yaitu berdekatan dengan wilayah pusat kota Provinsi. Jarak antara lokasi usahadengan kota Medan berkisar lebih kurang 70 Km, hal ini merupakan salah satu kekuatan yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik Strawberry Purba Family dan Farm untuk mengembangkan usahanya. Karena pada umumnya masyarakat Kota Medan berlibur ke Berastagi untuk berakhir pekan.

- b) Memiliki Panorama yang Indah

Agrowisata di Kabupaten Karo ini berada di daerah perkotaan Berastagi dan Gunung Sinabung. Agrowisata ini memiliki wisata

taman bunga dan juga kebun Stoberi, jeruk sangkis, cabe, terong belanda dan lain-lainnya yang menjadi pendukung panorama atau wisata yang ada. Hal ini didukung dengan keinginan masyarakat akan keindahan alam dan menjadi tempat foto. Oleh karena itu memiliki panorama yang indah merupakan faktor kekuatan internal dari Agrowisata di Kabupaten Karo.

- c) Masyarakat memberikan respon yang baik terhadap usaha agrowisata.

Respon masyarakat dengan adanya kegiatan usaha agrowisata ini sangat baik hal ini dapat dilihat dengan tingginya minat kunjungan masyarakat ke kebun agrowisata. Selain masyarakat yang berada disekitar wilayah Kabupaten Karo, masyarakat dari luar kota juga banyak yang datang untuk berkunjung ke kebun agrowisata seperti, dari Kota Medan, Tebing Tinggi, Riau, dan Kota Pematang Siantar.

2) Kelemahan (*Weaknesses*) Agrowisata di Kabupaten Karo

Kelemahan adalah kondisi internal yang menghambat organisasi untuk mendapat objektif yang diinginkan yang dapat menghambat peningkatan kinerja usaha Agrowisata di Kabupaten Karo ini.

- a) Teknologi yang digunakan dalam Agrowisata di Kabupaten Karo sendiri masih sederhana atau tradisional.

Penggunaan teknologi dalam kegiatan usahatani di daerah penelitian umumnya masih bersifat tradisional atau manual, hal ini dapat dilihat dari segi kegiatan proses budidaya dan pemeliharaan, untuk seluruh kegiatan masih harus menggunakan tenaga kerja belum ada teknologi yang diterapkan.

- b) Keterbatasan fasilitas dan sarana di dalam kebun Agrowisata di Kabupaten Karo.

Fasilitas sarana bermain merupakan salah satu aspek penunjang dalam mengembangkan agrowisata di Kabupaten Karo namun pada kenyatannya untuk sarana dan fasilitas masih sangat terbatas hal ini dapat dilihat pihak penelolah tidak dapat menyediakan sarana bermain dan kurang tempat berkumpul atau pondok.

c) Promosi yang belum Agresif atau Gencar

Agrowisata di Kabupaten Karo melakukan promosi menggunakan website dan belum memaksimalkan di media soasial lainnya seperti Fecebook, instagram dan media lainnya.

Tabel 4.5

Faktor Lingkungan Internal Kekuatan

	Kekuatan
S1	Lokasi Strategis
S2	Memiliki Panorama yang Indah
S3	Masyarakat memberikan respon yang baik terhadap usaha agrowisata.

Tabel 4.6

Faktor Lingkungan Internal Kelemahan

	Kelemahan
W1	Teknologi yang digunakan masih sederhana dan tradisional
W2	Keterbatasan fasilitas dan sarana di dalam kebun agrowisata
W3	Promosi yang belum agresif atau gencar

2. Analisis Faktor-faktor Eksternal Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo

a. Agrowisata di Kabupaten Karo

Peluang (*Opportunities*) Agrowisata di Kabupaten Karo

- 1) Peluang adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi yang terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi.

a) Teknologi yang semakin berkembang

Semakin berkembang teknologi pada saat ini menjadikan peluang terhadap sektor pariwisata, terutama Agrowisata di Kabupaten Karo. Hal ini terlihat jelas dampaknya terutama pada sosial media dimana setiap orang mempunyai kemampuan untuk mengaksesnya. Dengan adanya teknologi ini mempaut pemasaran terhadap wisata akan meningkat dengan menunjukkan keindahan alam dan kenyamanan yang ada pada wisata. Dimana orang-orang pada masa teknologi yang berkembang pesat ini menginginkan suatu hal yang baru dan fress seperti objek foto dan wisata.

b) Jumlah pengunjung pada masa liburan

Tingginya minat masyarakat untuk berpergian menjadikan tempat wisata seperti agrowisata ini memiliki pengunjung yang banyak. Hal ini didapatkan dari survey yang dilakukan bahwa pengunjung yang data ke wisata terutama Agrowisata di Kabupaten Karo adalah anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Survey dilakukan pada hari bisa (selain hari libur) dan membuktikan bahwasanya penunjang mengalami peningkatan terutama pada saat libur dikarenakan banyaknya kalangan masyarakat yang ingin melakukan refresing guna meninggalkan kesibukan yang ada. Hal ini membuat agrowisata memiliki peluang yang lebih besar dikarenakan tingginya minat masyarakat dalam berwisata.

c) Gaya hidup masyarakat (*Back to nature*)

Peluang yang dimiliki oleh Agrowisata di Kabupaten Karo ini dapat dilihat dari banyaknya pemikiran masyarakat yang ingin hidup kembali dalam suasana yang lebih sejuk dan tenang. Hal ini lebih mendukung terhadap gaya/trend masyarakat perkotaan yang telah mengalami kejenuhan dengan rutinitas dan juga tatanan kota yang setiap hari dapat dilihat oleh masyarakat. Dengan adanya hal ini gaya hidup masyarakat dapat menjadi suatu peluang dalam faktor internal agrowisata di Kabupaten Karo.

d) Ancaman (*Threats*) Agrowisata di Kabupaten Karo

Ancaman (*Threats*) adalah kondisi eksternal yang mengambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya, yang dihadapi antara lain:

e) Adanya objek wisata lain di sekitar

Objek wisata lain yang berada di sekitar Agrowisata di Kabupaten Karo menjadi ancaman karena wisata lain menawarkan berbagai fasilitas atau keunggulan yang sangat digemari oleh pengunjung

seperti spot-spot foto yang kekinian dan membuat para pengunjung lebih tertarik pada wisata lainnya dibandingkan dengan Agrowisata.

f) Pandemi covid-19

Pandemi covid-19 menjadi ancaman serius bagi pemilik usaha maupun objek wisata lain dikarenakan terjadi penurunan jumlah pengunjung. Hal ini menjadi suatu ancaman yang tidak terduga pada saat ini, dikarenakan Agrowisata Di Kabupaten Karo adalah objek wisata terbuka dimana terdapat banyak pengunjung dari semua kalangan dan berbagai tempat. Hal ini sangat merugikan bagi pemilik usaha atau wisata dikarenakan terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang berakibat kepada kerugian dan aturan pemerintah yang menerapkan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB)

g) Perubahan cuaca yang ekstrim atau tidak menentu

Perubahan cuaca merupakan hal yang harus menjadi salah satu ancaman bagi pelaku usaha agrowisata, apalagi sering terjadi longsor di daerah menuju lokasi dan masih terjadi letusan gunung Sindabung yang berada di daerah agrowisata in

Tabel 4.7

Faktor Lingkungan Eksternal Peluang

	Peluang
O1	Teknologi yang semakin berkembang

O2	Jumlah pengunjung pada masa liburan
O3	Gaya hidup masyarakat (<i>Back to nature</i>)

Tabel 4.8

Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman

	Ancaman
T1	Adanya objek wisata lain di sekitar
T2	Pandemi covid-19
T3	Perubahan cuaca yang ekstrim atau tidak menentu

Data yang diambil dari penulisan penelitian ini adalah data primer berupa data-data dari perusahaan dengan berbagai personel yang terkait dalam perencanaan strategi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo dengan kuisisioner. Untuk dapat mengetahui dapat mengetahui peluang, tantangan, kekuatan dan kelemahan yang sedang dihadapi Agrowisata di Kabupaten Karo saat ini dan lebih jauh mengenal bagaimana potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo. Maka penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh mengenai lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan, dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dari Agrowisata Kabupaten Karo, maka telah dilakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Tujuan dari pembagian kuesioner ini adalah untuk mendapatkan berbagai rincian mengenai faktor internal dan eksternal bagi Agrowisata. Jawaban dari kuesioner tersebut kemudian direkapitulasi dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kondisi Agrowisata Kabupaten Karo dengan cara memetakan faktor internal dan faktor eksternal yang metode pendekatannya menggunakan skor

1. Lingkungan internal

Berikut hasil rekapitulasi terhadap faktor internal Agriwisata Kabupaten Karo, yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*).

a Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*Strengths*) adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dimiliki adalah :

- 1) Lokasi strategis
- 2) Memiliki panorama yang indah
- 3) Masyarakat memberikan respon yang baik

b Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan (*Weaknesses*) adalah kondisi internal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dapat menjadi penghambat pendapatan Agrowisata Kabupaten Karo yang dimiliki adalah :

- 1) Teknologi masih sederhana dan tradisional
- 2) Keterbatasan fasilitas dan sarana
- 3) Promosi yang belum agresif atau gencar

2. Lingkungan Ekternal

a Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektifnya terdiri atas :

- 1) Teknologi yang semakin berkembang
- 2) Jumlah pengunjung pada masa liburan
- 3) Gaya hidup masyarakat (back to nature)

b Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya yang dihadapi terdiri atas :

- 1) Adanya objek wisata lain di sekitar
- 2) Pandemi covid 19
- 3) Perubahan cuaca yang ekstrim atau tidak menentu

3. Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal Eksternal

Menggunakan kuesioner pembobotan faktor internal dan eksternal untuk menentukan bobot Analisis Potensi Agrowisata Kabupaten Karo. Dari hasil bobot tersebut akan digunakan untuk mengukur kemungkinan relative dengan metode perbandingan berpasangan. Berikut ini adalah hasil dari kuesioner pembobotan internal dan eksternal Agrowisata Kabupaten Karo :

Tabel 4.9
Kuesioner Pembobotan Faktor Internal

No	Pilihan	Mana yang lebih berpengaruh a/b?	Bobot
1	S1 Lokasi strategis	b	4
	S2 Memiliki panorama yang indah		
2	S1 Lokasi strategis	a	4
	S3 Masyarakat memberikan respon baik		
3	S1 Lokasi strategis	a	3
	W1 Teknologi masih sederhana dan tradisional		
4	S1 Lokasi strategis	a	4
	W2 Keterbatasan fasilitas dan sarana		
5	S1 Lokasi strategis	b	3
	W3 Promosi yang belum agresif dan gencar		
6	S2 Memiliki panorama yang indah	b	4
	S3 Masyarakat memberikan respon baik		
7	S2 Memiliki panorama yang indah	b	3
	W1 Teknologi masih sederhana dan tradisional		
8	S2 Memiliki panorama yang indah	b	3
	W2 Keterbatasan fasilitas dan sarana		
9	S2 Memiliki panorama yang indah	b	3
	W3 Promosi yang belum agresif dan gencar		
10	S3 Masyarakat memberikan respon baik	a	4
	W1 Teknologi masih sederhana dan tradisional		
11	S3 Masyarakat memberikan respon baik	a	4
	W2 Keterbatasan fasilitas dan sarana		
12	S3 Masyarakat memberikan respon baik	a	4
	W3 Promosi yang belum agresif dan gencar		
13	W1 Teknologi masih sederhana dan tradisional	a	3
	W2 Keterbatasan fasilitas dan sarana		
14	W1 Teknologi masih sederhana dan tradisional	b	3
	W3 Promosi yang belum agresif dan gencar		
15	W2 Keterbatasan fasilitas dan sarana	b	3
	W3 Promosi yang belum agresif dan gencar		

Tabel 4.10

Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal Agrowisata Kabupaten Karo

No	Pilihan	Mana yang lebih berpengaruh a/b?	Bobot
1	O1 Tekhnologi yang semakin berkembang	a	4
	O2 Jumlah pengunjung pada masa liburan		
2	O1 Tekhnologi yang semakin berkembang	b	4
	O3 Gaya hidup masyarakat (back to nature)		
3	O1 Tekhnologi yang semakin berkembang	a	4
	T1 Adanya objek wisata lain disekitar		
4	O1 Tekhnologi yang semakin berkembang	b	3
	T2 Pandemi covid 19		
5	O1 Tekhnologi yang semakin berkembang	a	4
	T3 Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu		
6	O2 Jumlah pengunjung pada masa liburan	b	4
	O3 Gaya hidup masyarakat (back to nature)		
7	O2 Jumlah pengunjung pada masa liburan	a	2
	T1 Adanya objek wisata lain disekitar		
8	O2 Jumlah pengunjung pada masa liburan	b	3
	T2 Pandemi covid 19		
9	O2 Jumlah pengunjung pada masa liburan	b	2
	T3 Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu		
10	O3 Gaya hidup masyarakat (back to nature)	a	4
	T1 Adanya objek wisata lain disekitar		
11	O3 Gaya hidup masyarakat (back to nature)	b	3
	T2 Pandemi covid 19		
12	O3 Gaya hidup masyarakat (back to nature)	b	2
	T3 Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu		
13	T1 Adanya objek wisata lain disekitar	b	3
	T2 Pandemi covid 19		
14	T1 Adanya objek wisata lain disekitar	b	2
	T3 Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu		
15	T2 Pandemi covid 19	a	3
	T3 Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu		

4. Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 4.11**Hasil Kuesioner Penilaian Faktor Internal *Strengths*****Kekuatan / Strenght**

	Kekuatan	Bobot
S1	Lokasi strategis	4
S2	Memiliki panorama yang indah	4
S3	Masyarakat memberikan respon baik	4

Sumber : Kuesioner, Agrowisata Kabupaten Karo

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa S1, S2 dan S3 memiliki bobot 4 yaitu sangat kuat dan berpengaruh terhadap pengembangan Agrowisata Kabupaten Karo

Tabel 4.12**Hasil Kuesioner Penilaian Faktor Internal *Weaknesses*****Kelemahan / Weakness**

	Kelemahan	Bobot
W1	Tekhnologi masih sederhana dan tradisional	3
W2	Keterbatasan fasilitas dan sarana	3
W3	Promosi yang belum agresif dan gencar	3

Sumber : Kuesioner, Agrowisata Kabupaten Karo

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa W1,W2, dan W3 memiliki bobot 3 yaitu kuat dan berpengaruh terhadap pengembangan Agrowisata Kabupaten Karo.

Tabel 4.13**Hasil Kuesioner Penilaian Faktor Eksternal *Opportunities*****Peluang / Opportunity**

	Peluang	Bobot
O1	Tekhnologi yang semakin berkembang	4
O2	Jumlah pengunjung pada masa liburan	2
O3	Gaya hidup masyarakat (back to nature)	4

Sumber : Kuesioner, Agrowisata Kabupaten Karo

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa O1 teknologi yang semakin berkembang dan O3 gaya hidup masyarakat (back to nature) memiliki bobot 4 yaitu sangat kuat dan berpengaruh terhadap pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo, selanjutnya O2 jumlah pengunjung pada masa liburan memiliki bobot 2 dengan kategori kurang kuat.

Tabel 4.14**Hasil Kuisisioner Penilaian Faktor Eksternal *Threats*****Ancaman / Threats**

	Opportunity	Bobot
T1	Adanya objek wisata lain disekitar	3
T2	Pandemi covid 19	3
T3	Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu	2

bahwa T1 adanya objek wisata lain di sekitar dan T2 pandemi covid-19 memiliki bobot 3 kuat, selanjutnya T3 perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu memiliki bobot 2 dengan kategori kurang kuat.

Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul, tahap selanjutnya adalah menginput data-data tersebut ke dalam penentuan bobot dengan perbandingan berpasangan baik untuk faktor internal maupun untuk faktor eksternal agrowisata Kabupaten Karo. Kemudian hasil-hasil dari tabel penentuan bobot tersebut dinormalisasi agar dapat diperoleh bobot akhir yang akan dipergunakan dalam matriks IFAS dan matriks EFAS.

Tabel 4.15
Penentuan bobot dengan perbandingan berpasangan faktor internal

IFAS		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL
S1	Lokasi strategis	1,00	0,25	4,00	3,00	4,00	0,33	12,58
S2	Memiliki panorama yang indah	4,00	1,00	0,25	0,33	0,33	0,33	6,25
S3	Masyarakat memberikan respon baik	0,25	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	17,25
W1	Tekhnologi masih sederhana dan tradisional	0,33	3,00	0,25	1,00	3,00	0,33	7,92
W2	Keterbatasan fasilitas dan sarana	0,25	3,00	0,25	0,33	1,00	0,33	5,17
W3	Promosi yang belum agresif dan gencar	3,00	3,00	0,25	3,00	3,00	1,00	13,25
Total		8,83	14,25	6,00	11,67	15,33	6,33	62,42

Data diatas adalah hasil perhitungan dengan penjumlahan bobot atas jawaban responden dengan fungsi IF sehingga dapat dijadikan acuan dalam menghitung normalisasi data internal sehingga dapat dihitung normalisasi faktor internal sebagai berikut :

Tabel 4.16
Normalisasi bobot faktor internal Agrowisata

NORMALISASI		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
S1	Lokasi strategis	0,11	0,02	0,67	0,26	0,26	0,05	1,37	0,2280
S2	Memiliki panorama yang indah	0,45	0,07	0,04	0,03	0,02	0,05	0,67	0,1113
S3	Masyarakat memberikan respon baik	0,03	0,28	0,17	0,34	0,26	0,63	1,71	0,2852
W1	Tekhnologi masih sederhana dan tradisional	0,04	0,21	0,04	0,09	0,20	0,05	0,62	0,1040
W2	Keterbatasan fasilitas dan sarana	0,03	0,21	0,04	0,03	0,07	0,05	0,43	0,0712
W3	Promosi yang belum agresif dan gencar	0,34	0,21	0,04	0,26	0,20	0,16	1,20	0,2004
Total Bobot		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,00

Tabel diatas adalah normalisasi bobot faktor internal Agrowisata dan menunjukkan total bobot adalah 1,00 yaitu menunjukkan data normal. Hasil dari pembobotan ini adalah sebagai acuan perhitungan IFAS dan EFAS sebagai dasar penentuan strategi penentuan kebijakan dengan analisis SWOT.

Tabel 4.17
Penentuan bobot dengan perbandingan berpasangan eksternal

EFAS								
		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL
O1	Tekhnologi yang semakin berkembang	1,00	4,00	0,25	4,00	0,33	4,00	13,58
O2	Jumlah pengunjung pada masa liburan	0,25	1,00	0,25	2,00	0,33	0,50	4,33
O3	Gaya hidup masyarakat (back to nature)	4,00	4,00	1,00	4,00	0,33	0,50	13,83
T1	Adanya objek wisata lain disekitar	0,25	0,50	0,25	1,00	0,33	0,50	2,83
T2	Pandemi covid 19	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	16,00
T3	Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu	0,25	2,00	2,00	2,00	0,33	1,00	7,58
	Total	8,75	14,50	6,75	16,00	2,67	9,50	58,17

Data diatas adalah hasil perhitungan dengan penjumlahan bobot atas jawaban responden dengan fungsi IF sehingga dapat dijadikan acuan dalam menghitung normalisasi data eksternal sehingga dapat dihitung normalisasi faktor eksternal sebagai berikut :

Tabel 4.18
Normalisasi bobot faktor eksternal Agrowisata

NORMALISASI									
		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
O1	Tekhnologi yang semakin berkembang	0,11	0,28	0,04	0,25	0,13	0,42	1,22	0,2039
O2	Jumlah pengunjung pada masa liburan	0,03	0,07	0,04	0,13	0,13	0,05	0,44	0,0729
O3	Gaya hidup masyarakat (back to nature)	0,46	0,28	0,15	0,25	0,13	0,05	1,31	0,2181
T1	Adanya objek wisata lain disekitar	0,03	0,03	0,04	0,06	0,13	0,05	0,34	0,0567
T2	Pandemi covid 19	0,34	0,21	0,44	0,19	0,38	0,32	1,87	0,3121
T3	Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu	0,03	0,14	0,30	0,13	0,13	0,11	0,82	0,1363
	Total Bobot	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,0000

Tabel diatas adalah data normalisasi bobot faktor eksternal Agrowisata di Kabupaten Karo dan menunjukkan total bobot adalah 1,00 yaitu menunjukkan data normal. Hasil dari pembobotan ini adalah sebagai acuan perhitungan EFAS sebagai dasar penentuan strategi penentuan kebijakan dengan analisa SWOT.

5. Matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*)

Didalam Matriks IFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari Tabel normalisasi bobot faktor internal dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor internal Agrowisata Kabupaten Karo sebagaimana pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.19

Matriks IFAS Agrowisata Kabupaten Karo

Internal Factors Analysis (IFAS)			
Strength	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Lokasi strategis	0,2280	4	0,912041
Memiliki panorama yang indah	0,1113	4	0,445076
Masyarakat memberikan respon baik	0,2852	4	1,140651
Sub Total (Strength)			2,497768
Weakness	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Tekhnologi masih sederhana dan tradisional	0,1040	3	0,311963
Keterbatasan fasilitas dan sarana	0,0712	3	0,213458
Promosi yang belum agresif dan gencar	0,2004	3	0,601253
Sub Total (Weakness)			1,126674
Total IFAS	1,00		3,624442

Berdasarkan data di atas bahwa nilai kekuatan (*Strengths*) adalah nilai dominan untuk matriks IFAS dengan jumlah 2,497768 lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan (*Weaknesses*) adalah 1,126674, maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kekuatan (*Strengths*) sehingga diperoleh nilai untuk faktor internal sebesar $2,497768 - 1,126674 = 1,371094$.

6. Matriks EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*)

Didalam matriks EFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian faktor eksternal Agrowisata di Kabupaten Karo.

Tabel 4.20

Matriks EFAS Agrowisata Kabupaten Karo

Eksternal Factors Analysis (EFAS)

Oportunity	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Tekhnologi yang semakin berkembang	0,2039	4	0,815492
Jumlah pengunjung pada masa liburan	0,0729	2	0,145735
Gaya hidup masyarakat (back to nature)	0,2181	4	0,872523
Sub Total (Oportunity)			1,833750
Threat	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Adanya objek wisata lain disekitar	0,0567	3	0,170111
Pandemi covid 19	0,3121	3	0,936244
Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu	0,1363	2	0,272687
Sub Total (Threats)			1,379043
Total IFAS	1,00		3,212792

Berdasarkan data di atas bahwa nilai peluang (*Opportunities*) adalah nilai dominan untuk matriks EFAS dengan jumlah 1,833750 lebih tinggi dibandingkan dengan faktor Ancaman (*Threats*) adalah 1,379043, maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai peluang (*Opportunities*) sehingga diperoleh nilai untuk faktor eksternal sebesar $1,833750 - 1,379043 = 0,454707$.

7. Matriks IE (*Internal Eksternal*)

		kuat	sedang	lemah	
	4		3	2	1
Kuat (3.0-4.0)		GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertical	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal	RETRENCHMENT Turnaround	
sedang (2.0-2.99)	3	STABILITY Hati-hati	GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal	RETRENCHMENT Corptive Company atau Divestment	
Lemah (1.0-1.99)	2	GROWTH Difersifikasi Konsentrik	GROWTH Difersifikasi Konglomerat	RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi	
	1				

Gambar 4.1

Tahap Pencocokan Data Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan diagram SWOT di atas dan hasil perhitungan bahwa nilai dari matriks IFAS adalah kekuatan (*Strengths*) dan matriks EFAS adalah peluang (*Opportunities*) analisa strategi yang dijalankan Agrowisata di Kabupaten Karo adalah strategi Matriks IE dan diagram SWOT adalah pertumbuhan melalui Integrasi Vertikal dengan cara *forwardintegration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi.

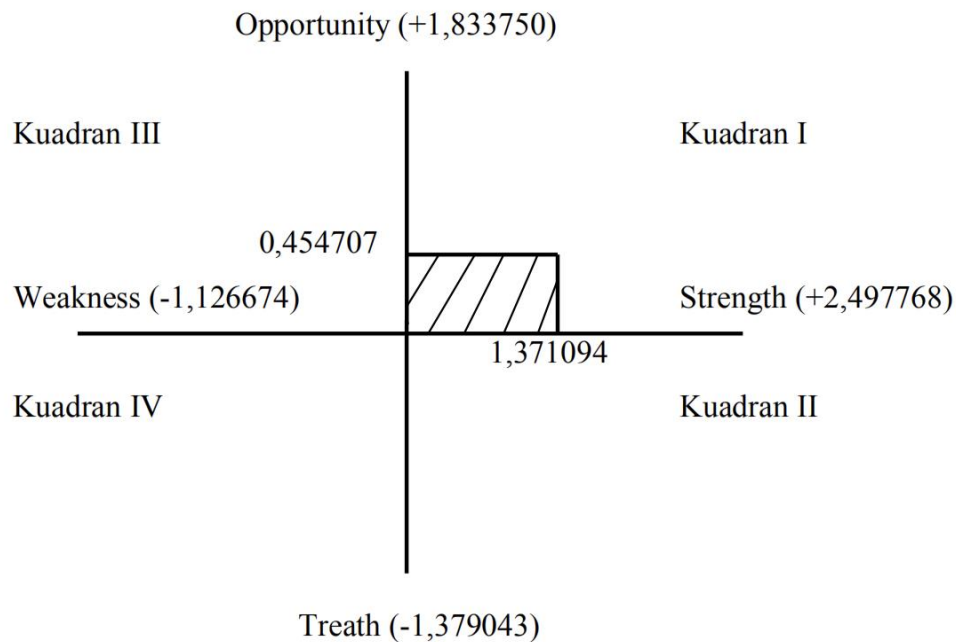
Untuk mencapai tujuan dan sasaran perlu adanya langkah-langkah alternatif atau alternatif strategi berdasarkan IFAS dan EFAS nilai dominan masing-masing sebagai landasan kombinasi strategi pada penelitian ini adalah strategi SO. Keterkaitan tujuan dan sasaran serta strategi dapat dilihat dalam pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo tabel dibawah ini.

8. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari tabel Matriks IFAS (tabel 4.19) dan tabel Matriks EFAS (tabel 4.20) diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,624442 yang berarti Pengembangan Agrowisata Kabupaten Karo berada di titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan

Dan nilai EFASnya adalah 3,212792 yang berarti bahwa Pengembangan Agrowisata Kabupaten Karo berada pada titik rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Selanjutnya nilai total skor masing-masing faktor dapat dirinci *strengths* 2,497768, *weaknesses* 1,126674, *opportunities* 1,833750, *threats* 1,379043. Maka diketahui selisih total skor faktor *strengths* dan *weaknesses* adalah (+) 1,371094, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *treaths* adalah (+) 0,454707. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT :



Gambar 4.2

Diagram Cartesius

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa Agrowisata Kabupaten Karo berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran *strategi agresif* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing Agrowisata dalam pengembangannya di Kabupaten Karo.

B. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana

peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel keuntungan alternative strategi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.21
Matriks SWOT

<div style="text-align: center;">IFAS</div> <div style="text-align: center;">EFAS</div>	STRENGTHS (S) <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Strategis 2. Memiliki panorama yang indah 3. Masyarakat memberikan respon baik 	WEAKNESSES (W) <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi masih sederhana dan tradisional 2. Keterbatasan fasilitas dan sarana 3. Promosi yang belum agresif dan gencar
OPORTUNITIES (O) <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi yang semakin berkembang 2. Jumlah pengunjung pada masa liburan 3. Gaya hidup masyarakat (back to nature) 	STRATEGI SO <ul style="list-style-type: none"> • Dengan lokasi yang strategis dengan memiliki panorama yang indah dikarenakan teknologi di Agrowisata Kabupaten Karo yang semakin berkembang. (S1,S2,O1) • Agrowisata Kabupaten Karo memiliki lokasi yang strategis dan masyarakat 	STRATEGI WO <ul style="list-style-type: none"> • Teknologi yang digunakan masih bersifat tradisional harus segera diatasi dengan menggunakan penggunaan teknologi terbaru untuk mempertahankan tingginya minat pengunjung

	<p>memberikan respon yang baik dengan berkunjung ke Agrowisata pada masa liburan. (S1,S3,O2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi strategis serta masyarakat memberikan respon baik, dikarenakan gaya hidup masyarakatnya baik (back to nature). (S1,S3,O3) 	<p>agrowisata.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan teknologi di bidang pertanian dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan. • Tingginya minat pengunjung dapat dimanfaatkan untuk mengatasi keterbatasan fasilitas agrowisata. • Adanya covid-19 bisa diatasi dengan menjual produk-produk agrowisata dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang.
<p>THREATS (T)</p> <p>1. Adanya objek wisata lain</p>	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingginya tingkat persaingan usaha 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas dan

<p>disekitar</p> <p>2. Pandemi covid 19</p> <p>3. Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu</p>	<p>dapat diatasi dengan cara meningkatkan kualitas dan fasilitas dari kebun agrowisata di Kabupaten Karo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas dari hasil produksi guna menghindari apabila sewaktu-waktu terjadi perubahan iklim atau cuaca yang ekstrim terjadi. • Adanya Covid-19 bisa diatasi dengan memanfaatkan respon masyarakat sekitar untuk membeli produk-produk agrowisata. 	<p>fasilitas kebun Agrowisata guna meningkatkan kepuasan dan ketertarikan pengunjung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perubahan cuaca yang ekstrim dan penggunaan teknologi yang masih bersifat teradisional dapat diatasi dengan melakukan pencarian dengan informasi tentang perkiran cuaca dan informasi teknologi terbaru. • Keterbatasan fasilitas dan sarana di kebun agrowisata dapat diatasi dengan melakukan peminjaman modal guna meningkatkan
--	---	--

		fasilitas dan sarana di Agrowisata di Kabupaten Karo.
--	--	---

Berdasarkan analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor-faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT. Berikut analisa penulis berdasarkan matriks SWOT di atas:

1. Strategi S-O (*Strengths- Opportunities*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *Strengths* dan faktor eksternal *Opportunities*, strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-O yang di temui oleh Agrowisata di Kabupaten Karo yaitu:

- a) Dengan lokasi yang strategis dan memiliki panorama yang indah dikarenakan teknologi di Agrowisata Kabupaten Karo yang semakin berkembang. (S1,S3,O1)
- b) Agrowisata Kabupaten Karo memiliki lokasi yang strategis dan masyarakat memberikan respon yang baik dengan berkunjung ke Agrowisata pada masa liburan. (S1,S3,O2)
- c) Lokasi strategi serta masyarakat memberikan respon baik,dikarenakan gaya hidup masyarakat yang baik (*back to nature*)

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *Strength* dan faktor eksternal *Threat*, strategi ini menggunakan kekuatan yang di miliki

perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh Agrowisata di Kabupaten Karo yaitu :

- a) Tingginya tingkat persaingan usaha dapat diatasi dengan cara meningkatkan kualitas dan fasilitas dari kebun agrowisata di Kabupaten Karo.
- b) Meningkatkan kualitas dari hasil produksi guna menghindari apabila sewaktu-waktu terjadi perubahan iklim atau cuaca yang ekstrim terjadi.
- c) Adanya Covid-19 bisa diatasi dengan memanfaatkan respon masyarakat sekitar untuk membeli produk-produk agrowisata.

3. Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *Weakness* dan faktor eksternal *Opportunity*, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Agrowisata di Kabupaten Karo yaitu:

- a) Teknologi yang digunakan masih bersifat tradisional harus segera diatasi dengan menggunakan penggunaan teknologi terbaru untuk mempertahankan tingginya minat pengunjung agrowisata.
- b) Perkembangan teknologi di bidang pertanian dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan.
- c) Tingginya minat pengunjung dapat dimanfaatkan untuk mengatasi keterbatasan fasilitas agrowisata.
- d) Adanya covid-19 bisa diatasi dengan menjual produk-produk agrowisata dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang.

4. Strategi WT (*Weakness- Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *Weakness* dan faktor eksternal *Threat*, strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive

dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman diluar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Agrowisata di Kabupaten Karo yaitu:

- a) Meningkatkan kualitas dan fasilitas kebun Agrowisata guna meningkatkan kepuasan dan ketertarikan pengunjung
- b) Perubahan cuaca yang ekstrim dan penggunaan teknologi yang masih bersifat teradisional dapat diatasi dengan melakukan pencarian dengan informasi tentang perkiran cuaca dan informasi teknologi terbaru.
- c) Keterbatasan fasilitas dan sarana di kebun agrowisata dapat diatasi dengan melakukan peminjaman modal guna meningkatkan fasilitas dan sarana di Agrowisata di Kabupaten Karo.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo sebagai berikut :

1. Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo sangat baik untuk dikembangkan di masa yang akan mendatang, hal ini terlihat dari jumlah omzet yang mencapai Rp 10.000.000 perbulanya. Pariwisata yang berkunjung ke Kabupaten Karo dari tahun ke tahun pun terus meningkat karena Kabupaten Karo merupakan salah satu Kabupaten di daerah Sumatera Utara yang terkenal dengan jenis tanaman dan pariwisatanya. Wilayah geografis yang terletak di daerah pegunungan/daratan tinggi menjadikan Kabupaten Karo berpotensi untuk dijadikan sebagai salah satu tujuan wisata. Hal ini juga mendorong potensi usaha agrowisata semakin baik untuk di kembangkan di masa yang akan datang.
2. Strategi pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo dalam mengembangkan usahanya melakukan pengembangan produk dan wisata yang bervariasi dengan cara memanfaatkan sumber daya alam dan terus melakukan inovasi, melakukan promosi dengan cara mengedukasi konsumen melalui media elektronik secara online, meningkatkan kualitas kenyamanan dengan menghimbau masyarakat sekitar agar menjaga kebersihan lingkungan, mempertahankan kualitas produk dan ciri khas dan menjaga kepercayaan pegawai dengan pelanggan dengan sikap ramah sehingga pengunjung merasa nyaman.
3. Berdasarkan hasil analisis internal Agrowisata di Kabupaten Karo terdapat tiga kekuatan diantaranya lokasi strategis, memiliki panorama yang indah, masyarakat memberikan respon yang baik terhadap Agrowisata di Kabupaten

Karo dan kelemahannya adalah kurangnya teknologi yang masih di gunakan dalam Agrowisata di Kabupaten Karo sendiri masih sederhana atau tradisional, keterbatasan fasilitas dan sarana di dalam kebun Agrowisata di Kabupaten Karo, serta promosi yang belum agresif dan gencar.

4. Berdasarkan hasil lingkungan eksternal Agrowisata di Kabupaten Karo diperoleh peluang yaitu teknologi yang semakin berkembang, jumlah pengunjung di masa liburan yang bertambah, gaya hidup masyarakat (*back tonature*). Ancaman yang terdapat pada Agrowisata di Kabupaten Karo adalah adanya objek wisata lain di sekitar, pandemi covid-19, serta cuaca yang ekstrim dan tidak menentu.
5. Hasil analisis SWOT Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo bahwa hasil dari tabel Matriks IFAS dan EFAS, diketahui IFASnya adalah **3,624442** dan EFASnya adalah **3,212792** dengan demikian Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo berada pada sel I yaitu keadaan dimana Agrowisata di Kabupaten Karo berada pada posisi *Growth* yaitu Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal yang berarti strategi dengan cara *Backward integration* (Mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *Forward Integration* (mengambil alih fungsi distridutor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan atau usaha yang memiliki posisi komperatif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi. agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, Agrowisata di Kabupaten Karo harus melakukan upaya terus mengembangkan usahannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perkembangan Agrowisata di Kabupaten Karo sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa depan, adalah sebagai berikut :

1. Pihak pemilik agrowisata agar menambah fasilitas yang terdapat dalam kebun agrowisata guna menarik minat pengunjung dan sebaiknya pemilik agrowisata melakukan kegiatan pengolahan lanjutan dari hasil kebun agar dapat meningkatkan nilai jual dari produk guna menambah pendapatan para pemilik agrowisata.
2. Pengelola Agrowisata di Kabupaten Karo perlu melakukan promosi secara aktif, baik melalui media sosial, cetak maupun pemasangan iklan dimana tersebar ke pusat kota serta jalan menuju agrowisata. Selain itu dapat membuat blog atau *website* terkait produk wisata yang ditawarkan. Sehingga wisatawan akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi terkait produk, paket wisata lain sebagainya.
3. Pengeloah Wisata di Kabupaten Karo perlu bekerja sama untuk menyediakan paket tour untuk memudahkan para pengunjung dalam berwisata di Kabupaten Karo.
4. Harapan penulis bagi penelitian selanjutnya agar mengembangkan penelitian ini dengan meneliti analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengunjung dan perkembangan agrowisata di Kabupaten Karo. Hal ini di karenakan pada penelitian yang peneliti lakukan hanya membahas mengenai strategi yang di gunakan oleh para pengembang agrowisata sedangkan dari sisi pengunjung dan faktor-faktor yang mampu mempengaruhi presepsi dari pengunjung dan pengembang agrowisata tidak dirangkum dalam penelitian ini, dengan menggunakan data primer dari pengunjung dan pengelola agrowisata serta data sekunder yang di peroleh dari data-data pemerintah kabupaten karo, maka peneliti selanjutnya akan menggunakan metode penelitian campuran, sehingga dapat tergambar jelas faktor apa saja

yang mampu mempengaruhi persepsi pengunjung dan perkembangan agrowisata di Kabupaten Karo, sehingga penelitian tersebut akan lebih bermanfaat bagi masyarakat, pengelola agrowisata dan pemerintahan setempat

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afdillah, Yani. 2015. *Analisis Tingkat Kesenjangan Pendapatan Pada Masyarakat Tebing Tinggi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press
- Andi, M dan Syarifudin. 2007. *Mengungkap Kearifan Lingkungan Sulawesi Selatan* Makasar: Masagena Press
- Arifin, Hadi Susillo, dkk. 2009. *Potensi Agrowisata di Perdesaan*. Bogor: BiroPerencanaan Pertanian
- Marfai, Muh Aris. 2013. *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Balai penelitian dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Pusbinsa : Depdikbud
- Bawono, Icuk Ranga, dkk. 2009. *Potensi Desa Di Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo
- Bungin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian kualitatif*. Jakarta : Kencana
- Bi, Rahmadi Nur Ahmadi. 2016, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UINSU Press,
- B. Milles A Matthew dan Michael Huberman Terj. Tjetjep Rohendi Rohdi. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI Press
- Darwanto, Herry. 2004. *Tata Cara Perencanaan Pengembangan Kawasan Untuk Percepatan Pembangunan Daerah*. Direktur Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal : Bappenas
- Dinar, Muhamad. 2018. *Pengantar Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Makassar :CV. Nur Lina
- Djakfar, Muhammad. 2017. *Pariwisata Halal Prespektif Multidimensi*. Malang: UIN Maliki Press
- Fahmi, Irham. 2013. *Kewirausahaan: Teori, kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Fred R dan David. 2006 *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*, jakarta: INDEKS kelompok Gramedia
- Harahap, Isnaini. 2018. *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*. Medan: Perdana Publisng
- Harahap, Isnaini dkk, 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi* Jakarta: Prenada Media

- Narkubo, Cholid dan Abu Achmadi. 2009. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT BumiAksara
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah*, Jakarta : Kencana Prenamedia Group
- Nursamawi dan Akmal. 2011. *Pengantar Ilmu Pengetahuan Sosial*. Pekanbaru: Yayasan pustaka Riau
- Marfai, Muh Aris. 2013. *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Rangkuti, Freddy. 2003 *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Republik Indonesia. 2018. “Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dalam Rimsky K. Judisseno, *Beranding Destinasi dan promosi Pariwisata*, (JListawati, dkk, *Pariwisata dan Kewirausahaan Banten*. Banten: CV.AA.Rizky
- Republik Indonesia. 2019. “Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Bab 2 pasal 3 tentang Kepariwisata “ dalam Rimsky K. Judisseno, *Beranding Destinasi dan promosi Pariwisata*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sanjaya, Wina. 2013. *Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Pranda Media Grup
- Sastrayuda, S Gumelar. 2010. *Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Resort and Leisure*. Hand Out Mata Kuliah Concept Resort and Leisure
- Syahbudi, Muhammad. *UMKM Dan Digital Entrepreneurship*, Depok: Rajawali Pres, 2020.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sutjipta, I Nyoma. 2001. *Agrowisata*. Magister Manajemen Agribisnis : Universitas Udayana
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2019. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta : CV Budi Utama

Jurnal :

- Andriani, Nana Lili. *Analisis Potensi Agrowisata Untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Di Kampung Kuriman Panorama Baru Kota Bukit Tinggi*. Jurnal Planologi 17 (1) <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/psa>
- Imsar, Analisis Produksi Dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah (Studi Kasus: Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata). Medan, 2018 <http://repository.uinsu.ac.id/5091/>

- Syahriza, rahmi. *Pariwisata Berbasis Syariah (Telah Makna Kata Sara dan Devisanya dalam Al-Quran)*, HUMAN FALAH: 1 (2).
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/artice/view/File/175/122>
- Tambunan khairina, *Analisis Kointegrasi Zakat dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2015-2018*, 2019: Aktsar Jurnal Akuntanis Syariah 2 (2) : 249-264.
https://www.researchgate.net/pubilication/337837930_Analisis_Kointegrasi_Zakat_dan_Pertumbuhan_Ekonomi_Indonesia_Periode_Tahun_2015-2018

Skripsi:

- Bagun, Nur Cahaya. 2003. *“Strategi Pengembangan Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Di Desa Barusjahe Kabupaten Karo”* Medan: Universitas Sumatera Utara
- Nurhadi, I. 2018. *“Strategi Pengembangan Agrowisata di Perkebunan Dillel Wilis Kabupaten Trenggalek*. Magister Agribisnis
- Puspitasari, selvia. 2010. *Kajian Potensi Agro di Kabupaten Bandung Berdasarkan Aspek Permintaan dan Sediaan*. Bandung : Insitut Teknologi Bandung
- Wardhani, Visca Isma. 2019. *“Skripsi Bauran Promosi Pada Agrowisata Kampung Coklat Di Kabupaten Blitar”* Malang :Universitas Muhamadiyah Malang

LAMPIRAN

KUISIONER

ANALISIS POTENSI AGROWISATA DI KABUPATEN KARO



PENELITI

APPRILA NATASYA BR SURBAKTI

NIM :0501163190

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2020

KUISIONER RISET SWOT

Profil Responden

Nama Responden : _____

Pekerjaan : _____

Email dan Nomor HP : _____

Apakah anda bersedia dihubungi? (beri lingkaran pada satu diantara jawaban) :

- (1) Ya
- (2) Tidak

Riset SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi Internal, Tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo.
2. Kondisi Eksternal, Tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo.

Cara Pengisian:

Penilaian Skor. Responden diminta untuk menilai tingkat (skor) faktor tersebut untuk di nilai. Penilaian ini berhubungan dengan Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo.

Acuan Pengisian Kuisisioner ini adalah sebagai berikut :

Angka 1 = Tidak Kuat

Angka 2= Kurang Kuat

Angka 3= Kuat

Angka 4= Sangat Kuat

INTERNAL

	Indikator KEKUATAN	Penilaian			
	Lokasi Strategis				
	Memiliki Panorama yang Indah				
	Masyarakat Memberikan Respon Baik				

Angka 1 = Tidak Kuat

Angka 2 = Kurang Kuat

Angka 3 = Kuat

Angka 4 = Sangat Kuat

	Indikator KELEMAHAN	Penilaian			
	Teknologi masih sederhana dan tradisional				
	Keterbatasan fasilitas dan sarana				
	Promosi yang belum agresif dan gencar				

Angka 1 = Tidak Kuat

Angka 2 = Kurang Kuat

Angka 3 = Kuat

Angka 4 = Sangat Kuat

EKSTERNAL

	Indikator PELUANG	Penilaian			
	Teknologi yang semakin berkembang				
	Jumlah pengunjung pada masa liburan				
	Gaya hidup masyarakat (back to nature)				

Angka 1 = Tidak Kuat

Angka 2 = Kurang Kuat

Angka 3 = Kuat

Angka 4 = Sangat Kuat

	Indikator ANCAMAN	Penilaian			
	Adanya objek wisata lain disekitar				
	Pandemi covid 19				
	Perubahan cuaca yang ekstrim/tidak menentu				

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Strengths

1. Apa yang menjadi kekuatan dari objek Agrowisata di Kabupaten Karo?
2. Bagaimana dukungan atau partisipasi masyarakat terhadap Agrowisata di Kabupaten Karo?
3. Apa daya tarik Agrowisata di Kabupaten Karo?

B. Weaknesses

1. Apa kekurangan Agrowisata di Kabupaten Karo?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usaha Agrowisata di Kabupaten Karo?
3. Bagaimana kondisi sarana dan prasarana yang terdapat di objek Agrowisata di Kabupaten Karo?

C. Opportunities

1. Apakah pemilik usaha Agrowisata ada rencana untuk mengembangkan usahannya?
2. Dengan kondisi saat ini peluang apa yang dapat dilihat untuk prospek usaha kedepannya?
3. Berapa rata-rata pengunjung di hari libur ?

D. Threats

1. Bagaimana pertumbuhan usaha sejenis pada daerah tempat agrowisata berdiri ?
2. Bagaimana situasi persaingan usaha di daerah tempat usaha ini berdiri?
3. Bagaimana Agrowisata di Kabupaten Karo mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah pandemi covid-19?

DOKUMENTASI PENELITIAN







No.	Elisabet purba	Rini colia	Rina	Riky	Buk esy	Pak sembir	Bobot	
Kekuatan								
1	4	3	4	3	4	4	3,666667	4
2	3	3	3	3	3	4	3,166667	4
3	3	4	4	4	4	4	3,833333	4
	10	10	11	10	11	12		
Kelamahan								
1	3	2	3	3	2	3	2,666667	3
2	2	2	2	3	3	3	2,5	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
	8	7	8	9	8	9		
Peluang								
1	3	4	3	4	4	4	3,666667	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	4	4	4	3	3	3	3,5	4
	9	10	9	9	9	9		
Tantangan								
1	2	2	2	4	4	4	3	3
2	2	3	2	4	4	4	3,166667	3
3	2	2	2	2	4	2	2,333333	2
	6	7	6	10	12	10		